

**ANALISIS PROGRAMMING ACARA RELIGI “NGAJI BARENG NU” DI  
SIMPANG5 TV PATI**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana S.1 dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi  
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh:  
**FITHROTUL YASIROH**  
NIM: 101211056

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG  
2015**

## NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 5 (lima) eksemplar  
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada :

Yth. Dekan Fakultas  
Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang  
di Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara/i :

Nama : Fitrotul Yasiroh

NIM : 101211056

Fak./Jur : Dakwah/KPI

Judul : **ANALISIS PROGRAMMING ACARA RELIGI NGAJI  
BARENG NU DI SIMPANG5 TV PATI**

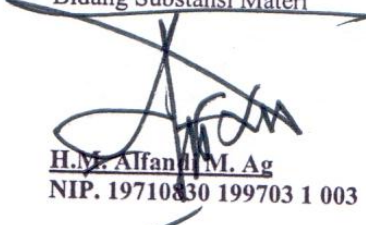
Dengan ini saya setuju dan mohon agar segera diujikan. Atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 15 Januari 2016

Pembimbing,

Bidang Substansi Materi

  
H. M. Alfani M. Ag  
NIP. 19710830 199703 1 003

Bidang Metodologi & Tatatulis

  
M. Chodzin M. Kom  
NIP. 19691024 200501 1 003

## SKRIPSI

### ANALISIS PROGRAMMING ACARA RELIGI “NGAJI BARENG NU” DI SIMPANG5 TV PATI

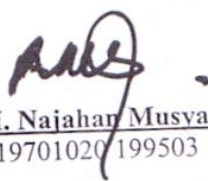
Disusun oleh

FITROTUL YASIROH  
101211056

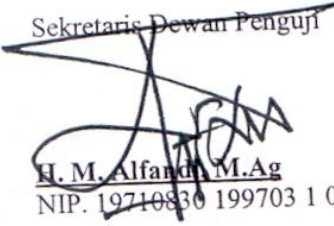
telah dipertahankan di depan Penguji  
pada tanggal 3 Pebruari 2016  
dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

Ketua Dewan Penguji


  
Dr. H. Najahan Musvafak, MA.  
NIP. 19701020 199503 1 001

Sekretaris Dewan Penguji


  
H. M. Alfandi, M.Ag  
NIP. 19710830 199703 1 003

Anggota

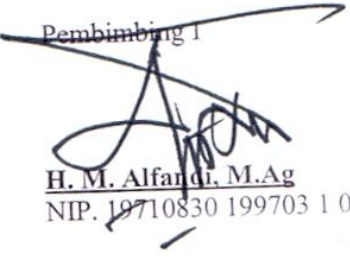
Penguji I

  
Dra. Hj. Siti Sholihati, M.  
NIP. 19631017 199103 2 001




  
Dr. H. Ahmad Anas, M.Ag.  
NIP. 19660513 199303 1 002

Pembimbing I

  
H. M. Alfandi, M.Ag  
NIP. 19710830 199703 1 003

Pembimbing II

  
M. Chodzirin M. Kom  
NIP. 19691024 200501 1 003

## MOTTO

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ  
أَعْلَمُ بِمَن ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

## **PERSEMBAHAN**

Karya ini penulis persembahkan teruntuk :

- ♥ Ayahanda (H. Ahmad Sanusi, S. Pd), Ibunda (Hj. Mustabsyiroh, S. Pd.I) dan Ibu Mertua (Hj. Mahmudah Nur); Setiap keringat dan airmata yang keluar karenaku menjelma dalam setiap huruf; setiap do'a yang terpanjat menyatu menyampuli karya dalam hidupku.
- ♥ Suami tercinta, H. Ahmad Nailul Fa'iz, S. Pd.I: kesetiaan, nasehat, semangat, serta do'a pada siang dan malam telah menjadi cemeti indah yang senantiasa melecut setiap malas yang melandaku
- ♥ Buah hati sekaligus buah cintaku, Ahmad Faridu 'Ashrihi, lelahmu saat mendampingiku serta tangis dan candamu saat menungguku adalah semangat jiwaku; semoga keberkahan ilmu Allah selalu untukmu, anakku.
- ♥ Adik-adikku (Fithrotun Najiyah dan Ahmad Rafiqil A'la); semoga karya ini mampu menjadi pengganti baktiku sebagai kakak kalian yang selama ini terabai oleh ego dan inginku.
- ♥ Fakultas Dakwah dan Komunikasi (ku) tercinta; semoga karya ini menjadi bukti cintaku kepadamu dan bukan menjadi lambang perpisahan engkau dan aku.

## PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri, dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum atau tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.



Semarang, 15 Januari 2015

*Fithrotul Yasiroh*  
Fithrotul Yasiroh  
101211056

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Alhamdulillah* penulis panjatkan sebagai puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **ANALISIS PROGRAMMING ACARA RELIGI NGAJI BARENG NU DI SIMPANG5 TV PATI**, tanpa halangan yang berarti. Shalawat serta salam penulis limpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, beserta para keluarga dan sahabatnya.

Proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari peran serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karenanya, pada kesempatan ini penulis hendak menghaturkan ungkapan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua serta mertua penulis yang telah memberikan dan mencurahkan segala kemampuannya untuk memenuhi keinginan penulis untuk tetap bersekolah. Tanpa mereka mungkin karya ini tidak akan pernah ada.
2. Rektor UIN Walisongo Semarang, Prof. Dr. H. Muhibbin, M.A.
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Dr. Awaluddin Pimay, Lc., M.Ag
4. Pembimbing I, H.M Alfandi M.Ag dan Pembimbing II, Muhammad Chodzirin, M. Kom yang telah merelakan waktu, tenaga, dan pikirannya guna mendampingi dan menjadi teman diskusi penulis.
5. Para Dosen Pengajar, terima kasih atas seluruh ilmu yang telah penulis terima yang sangat membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Drs. H. Ahmad Miftah dan Ibu Hj. Muannisah yang penuh kerelaan dan kasih sayang memberikan wejangan serta tempat singgah selama penulis melakukan bimbingan skripsi.
7. Ketua dan Staff Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Institut, yang telah memberikan kemudahan kepada penulis untuk memanfaatkan fasilitas dalam proses penyusunan skripsi.

8. Komunitas Seni Kampus Wahana Aspirasi Dakwah dan Seni (KSK Wadas) yang telah memberikan pengetahuan dan pengalaman tersendiri dalam hidup berkesenian bagi penulis.
9. Seluruh temanku dan seluruh pihak yang tidak mungkin penulis sebut dan tulis satu persatu, terima kasih atas segala bantuan dan peran sertanya yang telah diberikan kepada penulis.

Selain ungkapan terima kasih, penulis juga menghaturkan ribuan maaf apabila selama ini penulis telah memberikan keluh kesah dan segala permasalahan kepada seluruh pihak.

Tiada yang dapat penulis berikan selain do'a semoga semua amal dan jasa baik dari semua pihak tersebut di atas dicatat oleh Allah SWT sebagai amal sholeh dan semoga mendapat pahala dan balasan yang setimpal serta berlipat ganda dari-Nya.

Harapan penulis semoga skripsi yang sifatnya sederhana ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan segenap pembaca pada umumnya. Semoga juga dapat menjadi sumbangsih bagi almamater yang diridloi Allah SWT. Amin.

Semarang, Desember 2015

FITHROTUL YASIROH  
101211056



## ABSTRAK

Program religi Ngaji Bareng NU di Simpang5 TV Pati merupakan salah satu program yang diproduksi secara mandiri oleh Simpang5 TV Pati dalam rangka menyambut bulan Ramadhan tahun 2014. Keberhasilan program Ngaji Bareng NU di Simpang5 TV Pati menjadi tontonan utama masyarakat tentu tidak lepas dari upaya-upaya divisi pemrograman dalam mendesain program Ngaji Bareng NU. Hal ini menjadi latar belakang penulis untuk melakukan penelitian tentang bagaimana proses *programming* (pemrograman) Ngaji Bareng NU di Simpang5 TV Pati sehingga dapat menjadikannya sebagai tontonan yang digemari masyarakat. Untuk memusatkan pengkajian, penelitian ini mengajukan rumusan masalah tentang bagaimana proses pemrograman (*programming*) Simpang5 TV dalam mengemas Ngaji Bareng NU sebagai sebuah program religi yang nantinya akan dijabarkan dalam dua pembahasan yakni yang berkaitan dengan elemen-elemen pemrograman dan tahapan-tahapan pemrograman acara religi Ngaji Bareng NU di Simpang5 TV Pati.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian lapangan kualitatif. Data-data dikumpulkan melalui proses wawancara dan dokumentasi. Sedangkan analisa data menggunakan analisa kualitatif dengan dua proses yakni reduksi dan penafsiran sehingga nantinya akan diperoleh hasil untuk menjawab rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil yang diperoleh, dapat diketahui bahwa Programming acara Ngaji Bareng NU di Simpang5 TV dalam konteks elemen-elemen dalam pemrograman, Program Ngaji Bareng NU baru sebatas memenuhi satu elemen saja yakni elemen kesesuaian masyarakat. Sedangkan dalam konteks tahapan pemrograman disimpulkan sebagai berikut: 1) Dalam aspek pemilihan program dapat disimpulkan bahwa dari segi format program, Program Ngaji Bareng NU bukan merupakan program dengan format *star dominant* melainkan program dengan format *dominant*. Dari segi pemilihan program telah memenuhi tiga aspek dari lima aspek yakni aspek memperoleh penonton yang banyak, target penonton tertentu dan nilai gengsi. Sedangkan untuk penghargaan dan penyelesaian permasalahan yang sering terjadi di Pati belum terpenuhi. Dari segi isi, Program Ngaji Bareng NU merupakan sebuah program hasil produksi mandiri dari Simpang5 TV Pati dan tidak melibatkan kru stasiun televisi lain atau bahkan membeli dari stasiun televisi lainnya. 2) Penjadwalan yang dipilih untuk Program Ngaji Bareng NU bukan pada waktu utama siaran (*prime time*) namun merupakan waktu yang ideal dan bertujuan untuk merebut penonton secara terbuka dengan stasiun televisi lain yang menayangkan program sejenis pada waktu yang sama. 3) Evaluasi yang dilakukan tidak secara menyeluruh dan totalitas sehingga membuat Program Ngaji Bareng NU seolah-olah merupakan program penajakan. Hal ini juga dikuatkan dengan adanya rencana pengemasan ulang sebagian Program Ngaji Bareng NU dan memproduksi baru dengan kemasan yang berbeda.

Kata Kunci: Programming, Acara Religi, Ngaji Bareng NU, Simpang5 TV Pati

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
D. Tinjauan Pustaka.....	7
E. Metode Penelitian .....	8
F. Sistematika Penulisan .....	13
 <b>BAB II LANDASAN TEORI DAKWAH, PROGRAM RELIGI, DAN PEMROGRAMAN SIARAN TV</b>	
A. Dakwah.....	15
1. Pengertian dan Fungsi Dakwah.....	15
2. Dasar Hukum Dakwah .....	18

3. Unsur-unsur Dakwah .....	22
B. Program Religi.....	30
C. Pemrograman Siaran TV .....	32
1. Pengertian.....	32
2. Elemen dan Tahapan-tahapan dalam Pemrograman..	33

### **BAB III GAMBARAN UMUM PROGRAMMING ACARA RELIGI “NGAJI BARENG NU” DI SIMPANG5 TV PATI**

A. Profil Simpang5 TV Pati .....	40
1. Sejarah Berdiri .....	40
2. Tujuan Pendirian .....	42
3. Visi dan Misi Simpang5 TV Pati .....	43
4. Struktur Organisasi Simpang5 TV Pati.....	44
5. Peralatan dan Fasilitas Simpang5 TV Pati .....	47
B. Programming (Pemrograman) Ngaji Bareng NU sebagai Program Religi di Simpang5 TV Pati .....	48
1. Sejarah Program Ngaji Bareng NU.....	48
2. Tujuan Program Ngaji Bareng NU .....	51
3. Jadwal Tayang.....	51
4. Format Program .....	52
5. Evaluasi .....	53

## **BAB IV ANALISIS PROGRAMMING ACARA RELIGI**

### **“NGAJI BARENG NU” DI SIMPANG5 TV PATI**

A. Elemen-Elemen dalam Pemrograman Acara Religi	
Ngaji Bareng NU di Simpang5 TV Pati .....	58
B. Tahapan-Tahapan dalam Pemrograman Acara Religi	
Ngaji Bareng NU di Simpang5 TV Pati .....	68

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	79
B. Saran-saran .....	80
C. Penutup .....	81

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **BIODATA PENULIS**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Era globalisasi telah memberikan warna yang berbeda dalam kehidupan masyarakat. Keberadaan teknologi komunikasi yang lebih modern mempermudah masyarakat dalam berkomunikasi hingga meningkatkan pengetahuan terhadap budaya masyarakat lain. Masyarakat tidak lagi hanya mengetahui dan mengenal budaya masyarakat di sekitarnya saja tetapi juga budaya masyarakat yang berada di lain negara. Teknologi pemberi warna kehidupan masyarakat di era modern salah satunya adalah televisi atau sering disebut dengan TV.

Televisi memiliki kelebihan dibandingkan dengan media elektronik lainnya. Jangkauan siaran yang dapat diterima dalam radius yang sangat jauh serta obyek penerimaan dalam bentuk suara dan gambar adalah salah satu kelebihan TV (Kusnawan, 2004: 74). Masyarakat lebih dapat menikmati tayangan TV tidak hanya berupa suara saja tetapi juga didukung dengan gambar bergerak yang

berhubungan dengan suara yang didengar sehingga akan semakin memperjelas maksud dari suara yang didengar. Aspek audio-visual inilah yang lebih memudahkan masyarakat dalam mengetahui, menyerap hingga memahami informasi yang diperoleh dari media televisi (Setyobudi, 2005: 2).

Kehadiran TV telah menjadi media hiburan tersendiri bagi masyarakat. Aspek hiburan memang menjadi aspek penting dalam siaran TV. Berbagai macam segmen acara di TV tidak dapat dilepaskan dari tujuan memberikan hiburan bagi masyarakat (Bajuri, 2010: 16). Ironinya, tidak jarang pula aspek hiburan tersebut malah memberikan kekhawatiran bagi masyarakat. Keberadaan berita kriminalitas yang sadistik, video klip maupun film yang bergenre dewasa yang diputar saat anak-anak belum tidur merupakan beberapa hal yang ditakuti oleh para orang tua (Nizar, 2009: 57). Bahkan menurut Chen (2005: 103), tidak sedikit siaran TV yang tidak mengindahkan norma-norma keagamaan dan nilai-nilai budaya ketimuran.

Pemanfaatan televisi sebagai media informasi sosial dapat dijauhkan dari hal-hal yang dikhawatirkan masyarakat. Bahkan selain

dijauhkan dari hal yang buruk, TV juga dapat dijadikan sebagai media dakwah untuk mensyiarkan nilai-nilai ajaran agama Islam. Kelebihan yang ada dalam TV menjadi pendukung kemudahan masyarakat dalam mengikuti dan memahami materi dakwah yang disiarkan melalui TV. Penggunaan TV sebagai media juga tidak bertentangan dengan nilai Islam terkait dengan dakwah sebagaimana dijelaskan Allah dalam Q.S. Ali Imron ayat 104 berikut ini:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya : Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung (Q.S. Ali Imron: 104) (Depag RI, 2005: 93)

Esensi tugas umat Islam dalam firman di atas akan lebih mudah dan cepat diterima oleh masyarakat melalui media TV. Melalui jangkauan yang jauh serta harga yang terjangkau oleh masyarakat, TV dapat menjadi media dakwah yang relevan dengan perkembangan penguasaan teknologi masyarakat serta keadaan

geografi wilayah masyarakat Indonesia. Optimalisasi TV sebagai media dakwah juga akan memberikan warna tersendiri bagi pertelevisian Indonesia. TV tidak lagi hanya dikenal sebagai media penghibur masyarakat melainkan juga berperan dalam memberikan pencerahan nilai-nilai agama dalam kehidupan masyarakat yang dapat dibingkai dalam siaran yang menghibur. Artinya, pesan-pesan ajaran Islam lebih dapat disisipkan dalam berbagai bentuk acara dalam program TV dan tidak melulu berupa acara ceramah di atas mimbar.

Pada hakekatnya, tujuan dakwah adalah terjadinya perubahan positif dalam tiap diri manusia untuk mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat (Aziz, 2004: 4; Pimay, 2006: 2; Munir dan Ilahi, 2006: 3). Berawal dari perubahan secara individu yang luas itulah kemudian akan terwujud perubahan dalam konteks masyarakat. Penggunaan TV sebagai media dakwah akan mempermudah terjadinya perubahan sosial. Penerimaan siaran yang dapat menjangkau masyarakat dalam jumlah yang banyak dalam waktu yang sama secara tidak langsung mengindikasikan adanya peluang TV memberikan perubahan dalam skala kehidupan masyarakat yang



luas. Perubahan sosial merupakan salah satu tujuan dakwah secara massa dan hal ini pernah dilakukan oleh para sahabat Nabi Muhammad SAW seperti Abu Bakar, Umar ibn Khattab, Utsman bin Affan, Ali bin Abi Thalib dan beberapa sahabat lainnya (Pimay, 2006: 24-25).

Dakwah melalui media televisi tidak hanya dapat dinikmati di stasiun televisi skala nasional saja tetapi juga di televisi skala lokal. Hal ini terlihat pada Simpang5 TV Pati. Label sebagai TV lokal tidak menyurutkan Simpang5 TV untuk berpartisipasi dalam syiar ajaran Islam melalui tiga program religi yang ditayangkan di stasiun TV yang berkantor di jalan raya Pati-Kudus ini. Ketiga program religi tersebut adalah *Wak Kaji Show*, *Keliling Pesantren*, dan *Ngaji Bareng NU*.

*Wak Kaji Show* adalah program religi bergenre *talk show*. Program ini bertempat di studio Simpang5 TV dan menghadirkan narasumber orang awam dan berisikan tentang tanya jawab tentang agama Islam, khususnya yang berkaitan dengan pelaksanaan ibadah

haji. Meskipun demikian, program ini juga tidak menutup mata terhadap materi-materi ajaran Islam lainnya selain pelaksanaan haji. *Keliling Pesantren* merupakan program religi yang lebih mengeksplorasi kehidupan dan pola pendidikan di Pondok Pesantren. Tujuan program religi ini adalah untuk lebih memperkenalkan keadaan, sistem serta fasilitas yang dimiliki oleh pesantren-pesantren di wilayah Pati kepada masyarakat. Sosialisasi ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang keadaan pondok pesantren di Pati sehingga dapat memilih pesantren yang tepat untuk anak-anak mereka dalam mendalami ilmu agama.

*Ngaji Bareng NU* merupakan program religi hasil kerjasama Simpang5 TV Pati dengan organisasi keagamaan masyarakat terbesar di Pati dan juga di Indonesia, *Nahdlatul Ulama* (NU). Program religi ini diisi dengan dua acara inti yakni dzikir dan pemberian siraman rohani. Pelaksanaan program ini tidak hanya dilakukan di studio Simpang5 TV tetapi juga mengambil tempat di musholla-musholla di luar studio. Meskipun menggunakan nama NU, acara ini tidak tertutup bagi masyarakat yang menjadi anggota organisasi keagamaan selain NU. Masyarakat umum diberi kebebasan dalam

mengikuti program acara yang mengundang ulama-ulama NU Pati sebagai narasumber.

Penggunaan nama NU sebagai bagian dari nama acara program religi di Simpang5 TV dapat memberikan keuntungan bagi Simpang5 TV karena NU merupakan organisasi keagamaan terbesar di Kabupaten Pati. Hal ini secara tidak langsung mengisyaratkan harapan untuk mendapatkan penonton yang banyak sehingga dapat tercapai tujuan dari dakwah dan Simpang5 TV. Tentu saja tim pembuat program (*programmer*) tidak akan sembarangan dalam memilih program acara tersebut sebagai salah satu program religi di Simpang5 TV. Oleh sebab itu, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan bagaimana proses pemrograman para programmer Simpang5 TV sehingga menjadikan acara mengaji bersama dengan kelompok nadliyin sebagai salah satu program religi di Simpang5 TV Pati.

## **B. Rumusan Masalah**

Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana proses pemrograman (*programming*) Simpang5 TV dalam mengemas Ngaji Bareng NU sebagai sebuah program religi?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses pemrograman (*programming*) Simpang5 TV dalam mengemas Ngaji Bareng NU sebagai sebuah program religi. Untuk menjawab rumusan masalah yang diajukan, analisa akan diklasifikasikan pada konteks elemen-elemen pemrograman dan tahapan-tahapan dalam pemrograman acara religi Ngaji Bareng NU di Simpang5 TV Pati.

Sedangkan manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis
  - a. Hasil penelitian ini dapat menjadi wacana tentang kajian dakwah terhadap latar belakang program religi.
  - b. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi tambahan dan media pembeding dalam khazanah keilmuan di bidang

komunikasi dan penyiaran Islam, khususnya berkaitan dengan pengemasan program religi di televisi.

## 2. Manfaat praktis

- a. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu sarana penulis dalam mempraktekkan ilmu-ilmu pengetahuan (teori) yang telah penulis dapatkan selama belajar di institusi tempat penulis belajar.
- b. Hasil peneliitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai contoh sekaligus acuan dalam upaya memilih dan menngemas program dakwah di televisi.

## **D. Kajian Pustaka**

Penelitian yang berkaitan dengan program TV telah pernah dilakukan sebelum penelitian yang akan dilaksanakan oleh penulis, baik program dakwah maupun program umum. Untuk menghindari asumsi plagiasi, berikut ini akan penulis paparkan hasil-hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan program TV:

*Pertama*, peneliitian yang dilakukan oleh Sabiruddin (2009), mahasiswa UIN Sunan Kalijaga yang berjudul *Proses Produksi Program Mimbar Islam Publik Khatulistiwa TV (PKTV) Bontang*. Penelitian ini berlatar belakang keingintahuan tentang adanya asumsi bahwa seorang programmer harus memperhatikan unsur pesan dalam memproduksi sebuah acara. Penelitian ini berjenis deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memaparkan kinerja programmer PKTV Bontang dalam produksi siaran Mimbar Islam. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara, dokumentasi dan observasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses produksi yang dilakukan oleh kru PKTV meliputi: 1) pra produksi yang meliputi proses observasi, penentuan lokasi, waktu dan artis yang diundang. 2) proses produksi yang menggunakan sistem *on air* karena program ini termasuk program siaran langsung (*live*). 3) proses akhir yakni *finishing* melalui *Video Tape Recording* (VTR) dan evaluasi. Dalam proses produksinya, PKTV masih belum memenuhi SOP siaran nasional.

*Kedua*, penelitian yang dilakukan oleh Agus Isnaeni (2011), mahasiswa UIN Jakarta yang berjudul *Analisis Program Acara Kick*

*Andy di Metro TV*. Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan proses produksi siaran Metro TV, khususnya acara *Kick Andy*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses produksi program acara *Kick Andy* meliputi proses pra produksi, produksi, *finishing* dan evaluasi.

*Ketiga*, penelitian yang telah dilaksanakan oleh Dina Febriyana (2013) yang berjudul *Proses Produksi Program Talk Show “Redaksi 8” pada TV Lokal Tepian Samarinda*. Penelitian ini bertujuan untuk memahami proses produksi program *talk show* “Redaksi 8” di Tepian TV Samarinda. Data penelitian diperoleh melalui wawancara dengan 5 informan. Setelah dianalisis, hasil penelitian ini menegaskan bahwa proses produksi *talk show* “Redaksi 8” telah memenuhi SOP dengan adanya proses pra produksi, produksi dan pasca produksi.

Ketiga penelitian di atas memusatkan pada kajian produksi siaran acara TV yang terpusat pada bagaimana proses produksi suatu acara. Belum ada satu pun hasil penelitian di atas yang meneliti

tentang proses pemrograman sebuah acara TV yang lebih fokus pada sebagaimana yang akan penulis laksanakan. Oleh sebab itu, penulis merasa yakin untuk tetap melakukan penelitian tanpa adanya kekhawatiran akan asumsi plagiasi.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yang bersifat kualitatif yaitu penelitian lapangan yang datanya penulis peroleh dari lapangan, baik berupa data lisan, tertulis (dokumen) maupun visual. Sedangkan maksud dari kualitatif adalah penelitian ini bersifat untuk mengembangkan teori, sehingga menemukan teori baru dan tidak dilakukan dengan menggunakan kaidah statistik (Moleong, 2002: 75). Dalam hal ini penelitian diarahkan pada pengamatan secara langsung di lapangan tentang pengemasan program religi Ngaji Bareng di Simpang5 TV Pati.

### **2. Sumber Data**

Sumber data yang penulis gunakan penelitian ini terbagi menjadi 2 macam:



a. Sumber data primer

Data utama yang berkaitan langsung dengan pokok masalah dalam penelitian adalah penjabaran dari data primer. Data primer identik diambil dari sumber data utama (Azwar, 1998: 91). Dalam penelitian ini data primer adalah program religi Ngaji Bareng NU. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah Simpang5 TV Pati yang mengemas acara Ngaji Bareng NU sebagai salah satu program religinya.

b. Sumber data sekunder

Data sekunder adalah jenis data yang diperoleh dari buku-buku, dokumen-dokumen atau literatur-literatur yang mempunyai relevansi terhadap pembahasan skripsi ini. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari sumber data sekunder yang di antaranya buku, kitab, hadits dan lainnya.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Salah satu tahap yang penting dalam proses penelitian ini adalah tahap pengumpulan data. Hal ini karena data merupakan faktor terpenting dalam suatu penelitian, tanpa adanya data yang terkumpul maka tidak mungkin suatu penelitian akan berhasil. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah dengan cara:

#### a. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah teknik pengumpulan data berupa sumber data tertulis (yang berbentuk tulisan). Sumber data tertulis dapat dibedakan menjadi: dokumen resmi, buku, majalah, arsip, ataupun dokumen pribadi dan juga foto (Sudarto, 2002: 71). Dokumen-dokumen yang dijadikan arsip dalam penelitian ini meliputi:

- 1) Dokumentasi mengenai program religi Ngaji Bareng NU di Simpang5 TV.
- 2) Dokumentasi profil Simpang5 TV Pati.

b. Teknik Interview

Interview adalah suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan percakapan dengan sumber informasi secara langsung (tatap muka) untuk memperoleh keterangan yang relevan dengan penelitian ini. Metode ini penulis gunakan untuk mencari data sebagai berikut:

- 1) Sejarah program religi Ngaji Bareng NU di Simpang5 TV Pati.
- 2) Teknik pengemasan program religi Ngaji Bareng NU di Simpang5 TV Pati.

Responden yang akan diwawancarai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Manajemen penyiaran Simpang5 TV Pati.
- 2) Programmer acara religi Ngaji Bareng NU di Simpang5 TV Pati.

#### 4. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif secara umum dapat dilakukan sebagai berikut (Daymon dan Holloway, 2008, 369):

##### a. Proses reduksi

Proses reduksi adalah proses mengolah data dari data yang tidak atau belum tertata menjadi data yang tertata. Dalam proses reduksi ini terkandung aspek pengeditan, pemberian kode dan pengelompokan data sesuai dengan kategorisasi data.

Proses reduksi bertujuan untuk mengolah data yang diperoleh melalui pengumpulan data agar menjadi data yang dapat dipahami dan tersusun secara sistematis. Hasil dari proses reduksi adalah data yang tersusun menjadi Bab II dan Bab III.

##### b. Proses interpretasi (penafsiran)

Setelah data selesai disusun secara sistematis, tahap berikutnya yang harus ditempuh adalah tahap analisa. Ini adalah tahap yang penting dan menentukan. Pada tahap ini data yang berkaitan dengan permasalahan yang diajukan

ditafsirkan sedemikian rupa sampai berhasil menyimpulkan kebenaran-kebenaran yang dapat dipakai untuk menjawab persoalan-persoalan yang diajukan dalam penelitian.

Adapun metode analisis data yang penulis gunakan adalah metode analisis data deskriptif kualitatif. Maksudnya adalah proses analisis yang akan didasarkan pada kaidah deskriptif dan kualitatif. Kaidah deskriptif adalah bahwasannya proses analisis dilakukan terhadap seluruh data yang telah didapatkan dan diolah dan kemudian hasil analisa tersebut disajikan secara keseluruhan. Sedangkan kaidah kualitatif adalah bahwasanya proses analisis tersebut ditujukan untuk mengembangkan teori bandingan dengan tujuan untuk menemukan teori baru yang dapat berupa penguatan terhadap teori lama, maupun melemahkan teori yang telah ada tanpa menggunakan rumus statistik (Danim, 2002: 41). Analisa deskriptif kualitatif yang digunakan berdasarkan pada aspek perbandingan (komparasi).

Maksudnya adalah bahwa data-data lapangan akan dianalisa dengan membuat perbandingan antara data lapangan dengan teori pengembangan metode dakwah.

Jadi, proses analisa data yang digunakan secara umum memiliki tujuan untuk penyusunan data lapangan menjadi data yang tersistematis dan mencari jawaban permasalahan yang diajukan dengan obyek data yang berkesesuaian dengan rumusan masalah yang diajukan.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Hasil penelitian ini akan disajikan dalam tiga bagian dengan penjelasan sebagai berikut:

Bagian awal yang isinya meliputi halaman cover, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto dan persembahan, halaman kata pengantar, halaman abstrak, halaman daftar isi.

Bagian isi yang terdiri dari lima bab dngan penjelasan sebagai berikut:

Bab I adalah Pendahuluan yang isinya meliputi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat

Penelitian, Telaah Pustaka, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

Bab II adalah Teori tentang Dakwah, Pemrograman Siaran Religi dan Program TV sebagai Media Dakwah. Teori Dakwah isinya tentang Pengertian, Dasar Hukum, Unsur-Unsur Dakwah. Teori tentang Pemrograman Siaran Religi isinya meliputi Pengertian Pemrograman Siaran Religi, Aspek-aspek Pemrograman Siaran Religi. Teori Program Televisi sebagai Media Dakwah isinya meliputi Pengertian Televisi, Sejarah Perkembangan Televisi, Kelebihan dan Kelemahan Televisi dan Pemanfaatan Program Televisi sebagai Media Dakwah

Bab III adalah Deskripsi Program Religi Ngaji Bareng NU Simpang5 TV Pati. Bab ini terdiri dari pemaparan tentang Profil Simpang5 TV Pati yang isinya meliputi sejarah Simpang5 TV Pati, visi dan misi, struktur organisasi, program kerja. Paparan berikutnya yang dibahas dalam bab ini adalah Program Religi Ngaji Bareng NU yang isinya meliputi sejarah dan latar belakang program,

programming Ngaji Bareng NU, kelebihan dan kelemahan program Ngaji Bareng NU.

Bab IV adalah Analisis Programming Acara Religi Ngaji Bareng NU di Simpang5 TV Pati. Bab ini terdiri dari dua pembahasan yakni Analisis Elemen-elemen Pemrograman Acara Religi Ngaji Bareng NU di Simpang5 TV Pati dan Analisis Tahapan-Tahapan Pemrograman Acara Religi Ngaji Bareng NU di Simpang5 TV Pati.

Bab V adalah Penutup yang isinya Kesimpulan, Saran-saran dan Penutup.



**BAB II**  
**LANDASAN TEORI**  
**DAKWAH, PROGRAM RELIGI, DAN PEMROGRAMAN**  
**SIARAN TV**

**A. Dakwah**

1. Pengertian dan Fungsi

Kata dakwah berasal dari bahasa Arab dalam bentuk masdar (infinitif) dari kata kerja da'â ( دعا ) yad'û ( يدعو ) da'watan ( دعوة ). Kata da'wah ( دعوة ) secara harfiah bisa diterjemahkan menjadi: "seruan, ajakan, panggilan, undangan, pembelaan, permohonan (do'a) (Pimay, 2005: 13). Kata dakwah juga dapat diberi arti yang sama dengan istilah-istilah tabligh, amar ma'ruf dan nahi munkar, mau'idzhoh hasanah, tabsyir, indzhar, washiyah, tarbiyah, tai'lim dan khotbah (Munir dan W. Ila'hi, 2007:17)

Dakwah menurut istilah terdapat beberapa pengertian yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Arifin (2000: 6) memberikan definisi dakwah secara istilah sebagai suatu ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana untuk mempengaruhi orang lain (individu maupun kelompok) agar timbul dalam dirinya pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan, serta pengamalan ajaran agama sebagai pesan yang disampaikan dengan tanpa adanya unsur-unsur paksaan.
- b. Aziz (2004: 10) menyatakan bahwa dakwah adalah proses penyampaian agama Islam dari seseorang kepada orang lain dilakukan secara sadar dengan tujuan terbentuknya individu atau masyarakat yang taat dan mengamalkan seluruh ajaran.
- c. Abu Zahrah dalam Muid (2004:16) mendefinisikan dakwah sebagai usaha untuk mewujudkan ajaran Islam pada semua lini kehidupan manusia dan itu merupakan kewajiban bagi setiap muslim.
- d. Quarish Shihab (2006:194) menyatakan bahwa dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsafan, atau usaha

mengubah situasi yang lebih baik dan sempurna baik terhadap pribadi maupun masyarakat.

- e. Menurut Ibnu Taimiyah sebagaimana dikutip dalam Pimay (2005: 26), dakwah merupakan suatu proses usaha untuk mengajak agar orang beriman kepada Allah, percaya terhadap apa yang telah diberitakan oleh Rasul dan taat terhadap dua kalimat syahadat, menegakkan shalat, menunaikan zakat, puasa bulan Ramadhan, melaksanakan haji, iman kepada malaikat, kitab-kitabNya, hari kebangkitan, qadha dan qodar.
- f. Dakwah adalah segala rekayasa dan rekadaya untuk mengubah segala bentuk penyembahan menuju keyakinan tauhid (hanya menyembah Allah); mengubah semua jenis kehidupan yang timpang ke arah kehidupan yang penuh dengan ketenangan batin dan kesejahteraan lahir berdasarkan nilai-nilai Islam (Muhyiddin dan Ahmad Safei, 2002: 28).

Berdasarkan pemaparan tentang definisi dakwah di atas dapat diketahui bahwa dalam pengertian dakwah terkandung unsur-unsur pengertian dasar sebagai berikut:

- a. Dakwah dilakukan oleh umat Islam, baik perorangan maupun kelompok.
- b. Dakwah merupakan proses penyampaian ajaran Islam kepada seluruh umat manusia, baik muslim maupun non muslim.
- c. Dakwah bertujuan untuk mencapai tatanan kepribadian dan kehidupan manusia yang meningkat kualitasnya baik dalam segi ibadah maupun duniawi dengan berdasarkan nilai-nilai Islam.

Sedangkan fungsi dakwah adalah:

- a. Dakwah berfungsi untuk menyebarkan Islam kepada manusia sebagaimana individu dan masyarakat sehingga mereka merasakan Islam benar-benar sebagai *rahmatan lil'alamiin* bagi seluruh makhluk Allah.
- b. Dakwah berfungsi untuk melestarikan nilai-nilai Islam dari generasi kegenerasi kaum muslimin berikutnya sehingga kelangsungan ajaran Islam beserta pemeluknya dari generasi kegenerasi tidak terputus.

- c. Dakwah berfungsi Korektif, artinya meluruskan akhlak yang bengkok, mencegah kemungkaran dan mengeluarkan manusia dari kegelapan rohani (Aziz, 2004: 60).

## 2. Dasar Hukum Dakwah

Setiap kegiatan manusia yang berkaitan dengan syari'at Islam bukan merupakan aktifitas yang berdiri bebas melainkan memiliki dasar hukum sebagai dasar dan acuan pelaksanaannya. Demikian pula dengan aktifitas dakwah yang dasar hukumnya juga dijelaskan dan dapat dipaparkan sebagai berikut:

Surat An-Nahl ayat 125:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ

Artinya : *“Ajaklah kepada agama Tuhanmu dengan cara yang bijaksana dan pelajaran (nasehat) yang baik serta berdebatlah dengan cara yang baik pula.”*(Depag RI, 2005: 281)

Ayat di atas mengandung dua hal yang harus diperhatikan dalam proses dakwah. Pertama, ayat di atas mengandung penjelasan tentang setiap muslim memiliki kewajiban untuk berdakwah. Indikasi yang menerangkan tentang itu terdapat dalam kata *ud'u* yang merupakan *fi'il amar mufradat*

(kata perintah tunggal) yang berarti perintah tersebut ditujukan kepada manusia secara perorangan. Kedua terkait dengan cara yang harus dilakukan dalam berdakwah. Maksudnya adalah dakwah tidak dapat dilaksanakan dengan tata cara seenak dirinya sendiri melainkan harus mengacu kepada tata cara yang telah ditetapkan oleh Allah dalam firman di atas yakni dengan kebijaksanaan, nasehat atau pelajaran dan bantahan dengan baik.

Kewajiban dakwah secara perorangan yang dimaksud di atas, dalam konteks kebiasaan masyarakat memaknai dakwah secara umum, akan memunculkan anggapan bahwa setiap muslim adalah *mubaligh* atau *ustadz* yang berdiri di mimbar untuk menyampaikan dakwah. Seandainya setiap muslim menjadi *mubaligh* atau *ustadz* dalam dakwah, lantas siapa *mad'unya*?

Pengertian setiap muslim memiliki kewajiban untuk berdakwah dapat dimaknai bahwa setiap individu muslim dapat menyampaikan risalah-risalah Islam yang berhubungan dengan kewajiban manusia sehari-hari sebagai makhluk sosial dan makhluk Allah secara sederhana. Beberapa contoh dakwah

individu yang dimaksud dalam Q.S. an-Nahl ayat 125 dapat ditemui dalam pemberian nasehat kehidupan (*duniawi* maupun *ukhrawi*) antara suami kepada isteri, orang tua kepada anak-anaknya, kakak kepada adik hingga antar tetangga maupun antar teman.

Selain secara individu, Allah juga memerintahkan kepada umat Islam untuk menjadikan sebagian dari mereka sebagai juru dakwah yang dapat mengajak umat manusia menuju kebaikan sebagaimana ditegaskan dalam Q.S. Ali Imran ayat 104 berikut ini:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ  
وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya: *"Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyeru (berbuat) yang ma'ruf, dan mencegah dari mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang mendapat azab yang berat."* (Depag RI, 2005: 93)

Dalil di atas mengandung dua hal sebagaimana dalil dalam Q.S. an-Nahl ayat 125 tetapi berbeda aspeknya. Hal pertama dalam firman Allah Q.S. Ali Imran ayat 104 adalah agar

ada sebagian umat Islam yang menjadi penyampai risalah Islam kepada umat manusia. Dalil ini berkaitan dengan adanya keharusan sebagian muslim untuk tidak pergi berperang agar dapat menyampaikan syiar Islam kepada umat manusia. Pada perkembangannya dapat dilihat dari kehadiran *mubaligh* yang menyampaikan risalah-risalah Islam kepada masyarakat maupun keberadaan lembaga-lembaga Islam yang berkompeten untuk memberikan pengarahan dan peringatan terkait dengan kehidupan manusia berdasarkan ajaran Islam.

Kedua adalah penjelasan Allah tentang ruang lingkup dakwah. Allah memberikan penjelasan bahwa pelaksanaan dakwah meliputi hal-hal yang berhubungan dengan ajakan kepada kebaikan, memberikan pemahaman, dan mencegah kemunkaran. Dengan demikian sangat jelas bahwa dakwah berawal dari ruang lingkup pemberian materi untuk berubah lebih baik sehingga merasuk ke dalam akal dan hati manusia agar dapat tercegah hingga mencegah suatu kemunkaran dalam kehidupan yang dijalannya.



Orientasi perubahan kehidupan manusia yang menjadi obyek dakwah bukan lain adalah untuk mengharapkan keridlaan Allah dan bukan karena faktor dunia. Terkait dengan bagaimana seorang *da'i* harus mampu membuat umat manusia untuk berubah menjadi lebih baik dengan tujuan keridlaan Allah ditegaskan oleh Nabi Muhammad saw dalam salah satu haditsnya sebagai berikut:

انما الاعمال بالنيات, وانما لكل امرئ ما نوى. فمن كانت هجرته الى الله ورسوله فهجرته الى الله ورسوله, ومن كانت هجرته لدنيا يصيبها او امرأة ينكحها فهجرته الى ما هجر اليه (رواه بخار ومسلم)

Artinya: “*Sesungguhnya segala pekerjaan dengan niat, dan bahwasanya bagi setiap urusan (perkara) tergantung dengan apa yang diniatinya. Maka barang siapa yang berhijrah menuju keridhaan Allah dan RasulNya, maka hijrahnya karena Allah dan RasulNya, dan barang siapa yang berhijrah karena dunia (harta atau kemenangan dunia) atau karena wanita yang dikawininya, maka hijrahnya itu kea rah tujuan.*” (Hadits Arbain, 2003: 10)

Berdasarkan pemaparan di atas dapat diketahui bahwa dakwah memiliki dasar hukum pelaksanaan yang dapat ditarik pokok-pokoknya sebagai berikut:

- a. Proses dakwah secara sederhana dan tidak membutuhkan kemampuan khusus adalah kewajiban setiap muslim. Namun demikian, setiap kelompok muslim harus memiliki sebagian dari mereka orang-orang yang dapat melaksanakan dakwah.
- b. Dakwah harus dilaksanakan dengan cara yang bijaksana, pemberian nasehat dan berdiskusi dengan baik.
- c. Ruang lingkup atau proses dakwah meliputi pemberian materi berupa ajakan untuk berubah menjadi lebih baik yang tertanam dalam akal dan hati manusia agar muncul pemahaman (*yad'una ila al-khairi*) sehingga dapat menyerukan dakwah dengan kebaikan dalam kehidupan (*ya'muruna bi al-ma'ruf*) serta mencegah dan tercegah dari kemunkaran (*yanhauna 'ani al-munkar*).

### 3. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah dapat diklasifikasikan dan dijelaskan sebagai berikut:

#### a. Da'i

*Da'i* adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan maupun tulisan ataupun perbuatan, baik secara individu,

kelompok atau berbentuk organisasi atau lembaga. Ahli dakwah ialah Wa'ad, Muballigh mustamain (juru penerangan) yang menyeru mengajak dan memberi pengajaran dan pelajaran agama Islam. (Munir dan W. Ilaihi, 2006: 22).

Awaluddin Pimay (2005: 21-22) memberikan dua definisi tentang *da'i*. Pertama, *da'i* adalah setiap muslim/muslimah yang melakukan aktivitas dakwah sebagai kewajiban yang melekat dan tak terpisahkan dari missinya sebagai penganut islam sesuai dengan perintah. Kedua, *da'i* adalah mereka yang memiliki keahlian tertentu dalam bidang dakwah Islam dan mempraktekkan keahlian tersebut dalam menyampaikan pesan-pesan agama dengan kemampuannya baik dari segi penguasaan konsep, teori, maupun metode tertentu dalam berdakwah (Pimay, 2006 : 21-22).

Dalam pengertian lain subyek (*da'i*) adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan maupun tulisan ataupun perbuatan dan baik secara individu, kelompok atau berbentuk organisasi/lembaga (Aziz, 2004 : 75).

b. *Mad'u*

Secara istilah, *mad'u* adalah orang atau sekelompok orang yang menerima pesan dari *da'i* dalam sebuah proses dakwah.

Menurut Syaikh Muhammad Abduh, umat yang dihadapi seorang *da'i* dapat dibagi atas tiga golongan, yang masing-masing dihadapi dengan cara-cara yang berbeda-beda, yaitu:

- 1) Golongan cerdas cendekiawan yang cinta kebenaran, berfikir kritis, dan cepat tanggap. Mereka harus dihadapi dengan hikmah, yakni dengan alasan, dalil dan hujjah yang dapat diterima oleh kekuatan akal mereka.
- 2) Golongan awam, orang kebanyakan yang tidak dapat berfikir kritis dan mendalam, belum dapat menangkap pengertian tinggi-tinggi. Mereka ini harus dihadapi dengan *mau'idzatul hasanah*, dengan ajaran dan didikan yang baik-baik, dengan ajaran-ajaran yang mudah dipahami.

- 3) Golongan dengan tingkat kecerdasannya diantara kedua golongan diatas. Mereka dihadapi dengan *mujaddah billati hiya ahsan*, yakni dengan bertukar pikiran guna mendorong supaya mereka dapat berfikir secara sehat (Romli, 2003:7).

c. Materi

Quraish Shihab (2006: 193) mengemukakan bahwa secara umum materi dakwah yang disampaikan mencakup tiga masalah pokok, yaitu:

*Pertama*, masalah aqidah (keimanan), aqidah dalam Islam adalah bersifat *i'tiqod batiniyah* yang mencakup masalah-masalah yang erat hubungan-hubungannya dengan rukun iman. Masalah aqidah ini secara garis besar ditunjukkan oleh Rasulullah Saw. Dalam sabdanya:

الْإِيمَانُ أَنْ تُؤْمِنَ بِاللَّهِ وَمَلَائِكَتِهِ وَكُتُبِهِ وَرُسُلِهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَتُؤْمِنَ بِالْقَدَرِ خَيْرِهِ وَشَرِّهِ (رواه مسلم)

Artinya: “Imam ialah engkau percaya kepada Allah, malaikat-malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya, Rasul-Rasul-Nya, Hari akhir dan percaya adanya

*ketentuan Allah yang baik maupun yang buruk”.*  
(Muslim, 1993: 60-61)

Aqidah yang menyangkut sistem keimanan, kepercayaan terhadap Allah SWT dan ini menjadi landasan yang menyangkut fundamental bagi aktivitas seorang Muslim. Aqidah mengikat kalbu manusia dan menguasai batinnya. Orang yang memiliki iman yang benar akan cenderung untuk berbuat baik, karena ia mengetahui bahwa perbuatannya itu adalah baik dan akan menjauhi perbuatan jahat, karena dia tahu perbuatan jahat itu akan membawa ke hal-hal yang buruk (Munir & W. Ilahi, 2006: 26).

Kedua, masalah *syari'at* (hukum). Syari'ah dalam Islam adalah berhubungan erat dengan amal lahir dalam rangka mentaati semua peraturan atau hukum Allah guna mengatur hubungan antar manusia dengan Tuhannya dan mengatur pergaulan hidup antar sesama manusia (Syukir, 1983: 61). Materi dakwah dalam bidang syari'ah dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang benar, pandangan yang jernih, kejadian secara cermat, terhadap

dalil-dalil dalam melihat persoalan pembaharuan, sehingga umat tidak terperosok ke dalam kejelekan (Aziz, 2004: 113-114).

Ketiga, masalah akhlaq. Kata *akhlaq* secara etimologi berasal dari bahasa arab jama' dari "*khuluqun*" yang diartikan sebagai budi pekerti. perangai dan tingkah laku atau tabiat (Munir & W. Ilaihi, 2006: 28). Al-Ghazali menyebutkan bahwa *akhlaq* diartikan sebagai suatu sifat yang tetap pada seseorang yang mendorong untuk melakukan perbuatan yang mudah tanpa membutuhkan sebuah pemikiran. Melalui akal dan kalbunya, manusia mampu memainkan perannya dalam menentukan baik dan buruknya tindakan dan sikap yang ditampilkannya. Ajaran Islam secara keseluruhan mengandung nilai akhlaq yang luhur, mencakup akhlaq terhadap Tuhan, diri sendiri, sesama manusia, dan alam sekitar (Aziz, 2004: 117).

Materi dakwah adalah Unsur lain yang terpenting isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'u. Materi tersebut yaitu ajaran Islam itu sendiri yang didasarkan

kepada Al-Qur'an maupun sunnah Rasul, karena al-Qur'an dan sunnah Rasul sudah diyakini sebagai petunjuk jalan hidup (*all encompassing the way of life*) (Wafiah dan Awaluddin,2005:12).

Moh. Ali Aziz (2004:94-95) membagi ajaran Islam yang dijadikan materi dakwah secara garis besar dapat dikelompokkan sebagai berikut:

- 1) Akidah, yang meliputi:
  - (1) Iman kepada Allah SWT
  - (2) Iman kepada Malaikat-malaikat-Nya
  - (3) Iman kepada Kitab-kitab-Nya
  - (4) Iman kepada Rasul-rasul-Nya
  - (5) Iman kepada hari akhir
  - (6) Iman kepada qadha dan qodar
- 2) Syari'ah, yang meliputi:
  - a) Ibadah (dalam arti khas):
    - (1) Thoharoh
    - (2) Sholat
    - (3) Zakat



(4) Shaum

(5) Haji

b) Muamalah, (dalam arti luas), meliputi:

*Al-qanun al-khas* (hukum perdata):

(1) Muamalah (hukum niaga)

(2) Munakahat (hukum nikah)

(3) Waratsah (hukum waris), dan sebagainya.

*Al-Qanun al-'am* (hukum publik);

(1) Hinayah (hukum pidana)

(2) Khilafah (hukum negara)

(3) Jihad (hukum perang dan damai), dan lain-lain.

3) Akhlaq, yaitu meliputi:

a) Akhlaq terhadap khaliq

b) Akhlaq terhadap makhluk, yang meliputi:

(1) Akhlaq terhadap manusia

(2) Diri sendiri

(3) Tetangga

(4) Masyarakat lainnya

c) Akhlaq terhadap bukan manusia

(1) Flora

(2) Fauna, dan lain sebagainya.

Untuk menyajikan materi informasi atau pesan, pada materi ada tiga aspek yang harus diperhatikan, diantaranya aspek substansi, aspek fungsi dan teknik penyajian. Aspek substansi digunakan untuk mengetahui bidang masalah yang layak diinformasikan, aspek fungsi digunakan untuk mengetahui fungsi dari suatu informasi yang didasarkan pada substansi masalah paling layak disampaikan pada pembaca. Sedangkan aspek teknik penyajian digunakan untuk mengetahui cara paling efektif dalam menyajikan suatu informasi yang telah dipilih untuk diberikan kepada pembaca (Siregar dan Rondang Pasaribu, 2000:61).

d. Metode

Metode dakwah telah disebutkan oleh Allah dalam firmanNya yakni Qs. Surat An-Nahl, ayat 125:

اذْخُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِ لَهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ  
رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah ( manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya, dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk “(Qs. An-Nahl ayat 125). (Departemen Agama RI, 2005, 281).

Dari ayat di atas dapat diambil kesimpulan bahwa metode dakwah dibagi menjadi tiga yaitu:

#### 1) Metode Al- hikmah

Dakwah *bi al-hikmah*, berarti dakwah bijak, mempunyai makna selalu memperhatikan suasana, situasi dan kondisi *mad'u*. Jadi metode al- hikmah adalah metode (cara) yang digunakan seorang *da'i* untuk memilih, memilah dan menyelaraskan tehnik dakwah dengan situasi dan kondisi *mad'u*.

#### 2) Metode Al-Mau'idza Al- hasanah

Metode *al-Mau'idza Al- hasanah* adalah metode dakwah yang mengandung arti bahwa nasehat (kata-kata)

*da'i* yang masuk kedalam kalbu *mad'u* dengan penuh kasih sayang dan penuh kelembutan, *da'i* tidak boleh membeberkan rahasia *mad'u*, sehingga *mad'u* lebih jinak dan tidak liar.

### 3) Metode *Al-mujadalah bi-al-lati hiya ahsan*

Metode dakwah *al-Mujadalah* adalah metode dakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara yang sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan dan tidak pula dengan menjalankan yang menjadi sasaran dakwah. (Munzier. S, 2003:8-9)

#### e. Media

Media dakwah merupakan alat yang dipakai sebagai perantara untuk melaksanakan kegiatan dakwah. Dakwah dihadapkan pada perkembangan zaman dan kemajuan teknolog komunikasi. Artinya dakwah dituntut untuk dikemas sesuai dengan *mad'u* sehingga efektif dan efisien. Dalam perkembangan selanjutnya terdapat media media dakwah yang efektif ada yang berupa media visual auditif,

audio visual, buku-buku, koran, radio, televisi, drama dan sebagainya. Kemudian berkembang pula gagasan untuk menggunakan media dakwah melalui pemenuhan kebutuhan pokok manusia seperti sandang, pangan, papan, pendidikan, kesehatan dan sebagainya. (Awaludin Pimay, 2006 : 36)

Sejalan dengan perkembangan akselerasi dan teknologi komunikasi dan informasi sebagai bagian dari perkembangan kehidupan manusia, penggunaan media dakwah juga mengalami perkembangan. Perkembangan teknologi tersebut menuntut semua pihak untuk senantiasa kreatif, inovatif dan bijak dalam memanfaatkan teknologi guna kemaslahatan umat manusia. Media dakwah yang pada umumnya banyak menggunakan media tradisional berkembang menjadi lebih banyak variasinya dengan menggunakan sentuhan sentuhan teknologi media massa modern baik dengan media cetak yang variatif (buku, koran, majalah, tabloid dan sebagainya) maupun media elektronik yang variatif pula (radio, televisi, film, VCD, internet dan lain sebagainya). (M. Alfandi, 2002 : 31)

## B. Program Religi

Pengertian “Program” dalam media penyiaran sangat identik dengan jasa siaran yang menjadi ujung tombak utama. Kata program adalah asal kata *programme* atau *program* yang berarti acara atau rencana. Dalam Undang-undang penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program dalam untuk acara tetapi menggunakan istilah “siaran” yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun kata program lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia dari pada kata siaran. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan penontonnya.

Istilah program dalam kamus WJS Purwodarminto adalah acara, sedangkan kamus *Webster International* volume 2 lebih merinci yakni program adalah jadwal (*schedule*) atau perencanaan untuk ditindaklanjuti dengan penyusunan butir siaran yang berlangsung sepanjang siaran itu berada di udara. Secara teknis penyiaran televisi, program televisi (*television programming*) diartikan sebagai penjadwalan atau perencanaan siaran televisi dari hari ke hari (*horizontal programming*) dari jam ke jam (*vertical*

*programming*) setiap harinya (Sebagaimana dikutip dalam Soenarto, 2007: 4).

Program yang disajikan stasiun penyiaran radio dan televisi adalah faktor yang membuat penonton tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkannya. Program dapat disamakan dengan produk atau barang atau pelayanan yang dijual kepada pihak lain (penonton, agency, atau siapa saja). Oleh sebab itu program adalah produk yang dibutuhkan orang sehingga mereka bersedia mengikutinya. Dalam hal ini terdapat suatu rumusan dalam dunia penyiaran yaitu program yang baik akan mendapatkan pendengar atau penonton yang lebih besar, sedangkan acara yang buruk tidak akan mendapatkan pendengar atau penonton.

Departemen program adalah posisi yang bertanggung jawab penuh dalam mengelola program atau acara pada suatu stasiun penyiaran radio atau televisi. Mereka bertugas melayani penonton atau target suatu stasiun penyiaran melalui berbagai programnya. Jika suatu program bisa menarik banyak penonton atau memiliki karakter yang sesuai dengan kebutuhan pemasang iklan untuk mempromosikan produknya, maka media penyiaran yang

bersangkutan akan mendapatkan *client* (pemasang iklan) dengan kata lain keuntungan (pemasukan). Dengan demikian pendapatan dan prospek suatu media penyiaran sangat ditentukan oleh bagian program. Menurut Kuswandi (1996: 93), masuknya iklan di TV dibedakan menjadi dua yakni, pertama iklan sebagai penyokong dana sebuah acara (penyokong dana produksi); kedua iklan yang bertujuan untuk mengiklankan hasil produksi.

Istilah religi secara bahasa berasal dari kata religious yang berarti nilai-nilai atau perilaku keagamaan. Menurut Robert H. Thouless (2000: 20), berpendapat sikap religius lebih berpusat pada seperangkat kepercayaan dan keyakinan terhadap adanya Tuhan atau Dewa-Dewa yang disembah sebagai pembeda dimana ciri-ciri personal diingkar sebagai ciri-ciri ketuhanan sebagaimana terdapat dalam bentuk *advita* pada agama Hindu. Sedangkan menurut Jalaluddin (2000: 212) berpendapat religiusitas sebagai suatu keadaan yang ada dalam diri individu yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaannya terhadap agama.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat diketahui bahwa program religi TV memiliki pengertian sebagai sebuah acara yang



dibuat oleh sebuah stasiun TV dengan tujuan untuk meningkatkan keadaan keberagamaan dalam diri masyarakat yang menjadi penontonnya.

### **C. Pemrograman Siaran TV**

#### **1. Pengertian**

Terkait dengan program dalam lingkup penyiaran, Undang-undang penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah “siaran” yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Dengan demikian, pengertian program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiensnya. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audiens tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran apakah itu radio atau televisi.

*Programming* TV adalah suatu proses penyeleksian, pemilihan, penjadwalan dan evaluasi sebuah acara. Proses pemrograman (*programming*) memiliki nilai penting karena proses ini menentukan berhasil tidaknya TV meraih penonton.

Pemrograman berbeda dengan proses produksi. Pemrograman lebih cenderung tertuju bagaimana sebuah acara mulanya diseleksi dan dipilih kemudian ditentukan jadwal tayangnya dan kemudian dievaluasi terkait dengan kualitas program, baik secara gambar tayangan maupun secara respon masyarakat. Sedangkan proses produksi berhubungan dengan bagaimana suatu program diproduksi sebelum ditayangkan oleh sebuah stasiun televisi.

## 2. Elemen-elemen dan Tahapan-tahapan Pemrograman

Menurut Estman dan Ferguson (2000: 10-16), ada lima elemen penting dalam proses pemrograman TV yaitu:

- a. *Compability* (kesesuaian): program acara TV harus memiliki kesesuaian dengan kebiasaan keseharian dari khalayak yang menjadi segmentasi pasarnya.
- b. *Habit formation* (membangun kebiasaan): sebuah program harus mampu membangun kebiasaan khalayak dalam menonton program tersebut sehingga mampu menciptakan fanatisme khalayak terhadap program yang disajikan. Kualitas dan kuantitas siaran menjadi hal penting untuk mewujudkan fanatisme khalayak.

- c. *Control of audience flow* (mengontrol aliran khalayak): sebuah program harus mampu memaksimalkan jumlah khalayak yang tetap menonton dan meminimalisir jumlah penonton yang pindah saluran TV lain. Hal ini dapat diwujudkan dengan menyajikan program yang sesuai dengan apa yang diinginkan oleh khalayak.
- d. *Conservation of program resource* (pemeliharaan sumber daya program): upaya yang dilakukan agar keterbatasan materi dalam sebuah program dapat disiarkan ulang dan tidak menimbulkan kebosanan dalam diri khalayak. Hal ini dapat dilakukan dengan pengemasan ulang program melalui pendekatan dan pengemasan yang berbeda.
- e. *Breadth of appeal* (daya tarik yang luas): sebuah program harus memiliki daya tarik bagi khalayak secara luas. Artinya, sebuah program tidak hanya mampu menarik perhatian dari kalangan tertentu atau kalangan khalayak dalam jumlah yang sedikit namun harus mampu menarik perhatian khalayak yang banyak dan maksimal di wilayah siarnya.

Tahapan-tahapan yang harus dilaksanakan dalam pemrograman sebuah acara meliputi tiga tahap dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Pemilihan program

Pemilihan program merupakan fase awal dalam proses pemrograman sebuah acara. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam pemilihan program oleh seorang programmer adalah sebagai berikut:

- 1) Format program, yaitu bagaimana *programmer* memilih isi program dan membingkainya dalam sebuah format. Ada dua jenis format program yang dapat dipilih oleh *programmer*, yakni format *dominant* dan format *star dominant*. Format *dominant* adalah format yang mengharuskan sebuah program harus benar-benar kuat dengan ada atau tidaknya bintang yang dihadirkan dalam program tersebut. Format *star dominant* adalah sebaliknya yakni sebuah program akan dikuatkan dengan kehadiran bintang dalam program tersebut (Vane and Gross, 1994: 111). Jadi, perbedaan antara kedua format

ini terletak pada ada atau tidaknya factor bintang tamu dalam menguatkan sebuah program.

- 2) Tujuan pemilihan program. Setiap TV memiliki tujuan yang berbeda-beda dalam memilih peluncuran sebuah program. Secara umum ada lima tujuan dari pemilihan program yang dapat dijelaskan sebagai berikut (Vane and Gross, 1994: 107-109):

- a) *Widest possible audience* yakni program yang disiarkan TV memiliki tujuan untuk memperoleh khalayak penonton yang banyak. Tujuan ini menjadi hal pokok dalam dunia pertelevisian karena tanpa adanya penonton secara otomatis akan dapat mengurangi atau bahkan mematikan sumber pembiayaan produksi program TV. Semakin banyak jumlah khalayak yang menonton sebuah program, maka akan semakin terbuka peluang banyaknya iklan yang masuk. Adanya iklan produk yang masuk tersebut tentu berdampak pada pendapatan ekonomi

stasiun TV yang akan menjadi motor utama dalam sebuah produksi program.

- b) A specific target audience.* Stasiun TV tidak selamanya mencari penonton secara heterogen. Ada beberapa program yang dirancang untuk menarik penonton dari kalangan tertentu. Hal ini biasanya tergantung pada permintaan iklan produk yang mensponsori program tersebut.
- c) Prestige.* Pemilihan program TV tidak sepenuhnya didasarkan pada aspek keuangan (finansial) semata. Pemilihan program kadang disandarkan pada nilai gengsi yang ingin dicapai oleh sebuah TV. Tujuan dari pencapaian nilai gengsi adalah untuk lebih memperluas jaringan hubungan dengan masyarakat luas (*public relation*).
- d) Award.* Sebuah program dipilih dan disajikan kepada khalayak ramai untuk mendapatkan pengakuan terhadap kualitas program. Hal inilah yang menjadi dasar tujuan program TV yakni memperoleh

penganugerahan (*award*). Pemberian penghargaan tersebut secara otomatis akan dapat meningkatkan penilaian kualitas TV di mata masyarakat dan juga pihak yang memiliki kepentingan iklan produk.

e) *Particular local or national purpose*. Stasiun TV memiliki tanggung jawab untuk memberikan program yang mampu menjawab permasalahan yang dialami di wilayahnya (*regional concern*). Oleh sebab itu, tidak jarang sebuah program dipilih untuk memberikan jawaban permasalahan-permasalahan yang ada di wilayah siaran TV. Umumnya program ini bersifat lokal dan memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat.

3) *Content program* dapat diperoleh sebuah stasiun TV dengan berbagai cara. Sebuah stasiun TV dapat secara mandiri membuat content program melalui tim yang ada di dalam stasiun TV tersebut. Tetapi ada kalanya sebuah stasiun TV tidak membuat sendiri content program melainkan memperolehnya dengan membeli atau

memesan kepada pihak di luar stasiun TV (Vane and Gross, 1994: 47-56).

b. Penjadwalan program

Setelah sebuah program terpilih, langkah berikutnya adalah membuat jadwal tayang dari program tersebut. Penjadwalan sebuah program tidak dapat dilakukan secara asal-asalan. Ada beberapa strategi yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam penjadwalan suatu program (Eastman dan Ferguson, 2004: 118-121).

- 1) Strategi menempatkan program yang kuat pada waktu siar utama (*prime time*). Hal ini dilakukan manakala program yang baru dianggap memiliki kekuatan dalam menarik perhatian khalayak.
- 2) Menempatkan program yang baru setelah program yang potensial menghadirkan penonton yang banyak. Dengan demikian, peluang program ditonton oleh pemirsa dalam jumlah yang signifikan akan terwujud.
- 3) Menempatkan program yang baru di sela dua program yang telah memiliki penonton.



- 4) Menempatkan program yang baru setelah program yang memiliki karakteristik sejenis. Misalnya program baru berupa drama komedi diputar setelah acara komedi.
  - 5) Menayangkan program yang baru pada saat bersamaan dengan penayangan program di TV lain dengan catatan program baru tersebut memiliki perbedaan dengan program milik stasiun TV lainnya.
  - 6) Pergantian acara ke program yang baru secara cepat. Maksudnya, jeda antara program acara sebelum program baru dengan penayangan program baru harus dilakukan secara cepat sehingga penonton tidak memindahkan saluran ke stasiun TV yang lain.
- c. Evaluasi program

Evaluasi program adalah proses untuk memberikan penilaian terhadap sebuah program. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui apakah program telah sesuai dengan tujuan yang diinginkan atau belum. Evaluasi juga berguna untuk mengetahui keberhasilan dari sebuah strategi dalam peluncuran program baru di stasiun TV. Proses evaluasi

umumnya dilaksanakan dengan cara melakukan survey kepada masyarakat tentang program yang baru diluncurkan oleh sebuah stasiun TV (Vane and Gross, 1994: 101-102).

**BAB III**  
**GAMBARAN UMUM**  
**PROGRAMMING NGAJI BARENG NU DI SIMPANG5 TV**  
**PATI**

**A. Profil Simpang5 TV Pati**

**1. Sejarah Berdirinya**

Simpang5 TV adalah stasiun televisi yang semakin menggeliat di wilayah eks-Karesidenan Pati. Simpang5 TV merupakan televisi lokal yang berada dalam jaringan Jawa Pos Group yang tergabung dalam Group JPMC (Jawa Pos Multimedia Corporation) Simpang5 TV merupakan televisi lokal yang memuat informasi aktual, hiburan dan budaya di eks-Karesidenan Pati. Dengan kekuatan pemancar 5000 Kw dan dengan SDM yang muda, professional serta didukung tenaga manajemen yang sudah berpengalaman di dunia media, maka Simpang5 TV menjadi inspirasi bagi masyarakat maupun pengusaha untuk maju dan berkembang.

Sejalan dengan peraturan pemerintah tentang pelaksanaan otonomi daerah (OTDA) mulai tanggal 1

Januari 2001 lalu, memungkinkan suatu provinsi untuk menumbuhkembangkan potensi daerahnya dengan seoptimal mungkin. Perkembangan tersebut dapat dilakukan dari berbagai macam segi, baik dari segi bisnis maupun dari segi non bisnis dan meningkatkan potensi daerah itu tidak terlepas dari peran serta dari penyedia jasa layanan informasi.

Propinsi Jawa Tengah yang memiliki potensi sumber daya beraneka ragam mulai industri besar, *home* industri serta kegiatan usaha, banyak memberi masukan pendapatan bagi pemerintah daerah setempat. Masukan tersebut berupa dukungan dari berbagai jenis usaha, baik perdagangan, industri maupun jasa yang semuanya memiliki kontribusi yang cukup tinggi didalam memperbaiki kondisi perekonomian Indonesia.

Jaminan keberagaman informasi yang dapat diakses secara mudah melalui industri televisi mempunyai peranan cukup besar untuk membantu pemerintah daerah dalam meningkatkan pendapatan daerahnya karena dengan tumbuhnya media yang diperlukan khusus bagi masyarakat daerah, tentunya semua ini industri akan ikut tergerak karena terbantu dengan aktifnya media

*audio visual* yang bisa membentuk karakter baru, fanatisme yang secara positif akan banyak membantu dunia usaha terus meningkatkan diri yang pada akhirnya akan memberikan banyak keuntungan bagi semua pihak.

Dengan industri televisi juga diyakini mampu menjaga dan membangun komunikasi yang berkualitas antara masyarakat dengan elit pemerintah dan *stake holder* penyelenggaraan kehidupan sehari-hari di Jawa Tengah, proses demokrasi yang terus ditumbuhkembangkan dengan sistem *desentralisasi* dan *otonomi* daerah sebagai *spirit* utamanya sesungguhnya membutuhkan medium raksasa yang disebut televisi sebagai pentas milik bersama untuk beraktivitas.

Atas dasar pemikiran tersebut, gagasan inovatif untuk mendirikan PT. Simpang Lima Media Televisi sebagai badan hukum lembaga penyiaran swasta. Penyelenggara jasa penyiaran televisi yang berbasis stasiun lokal di Jawa Tengah. Simpang5 TV Pati sebagai lembaga penyiaran tetap setia pada prinsipnya dalam menyelenggarakan fungsinya bersikap *independen*,

obyektif, jujur dan mampu berpartisipasi dalam usaha pemberdayaan masyarakat di Jawa Tengah. PT Simpang Lima Media Televisi atau Simpang5 TV secara administratif mulai diproses perizinannya dipenghujung tahun 2008.

## **2. Tujuan Pendirian Simpang5 TV**

Untuk menjadi televisi lokal yang benar-benar mampu RUH lokalitas, mendekatkan diri kepada pemirsa, dapat diterima masyarakat lokal, dan mengubah pola pikir pemirsanya, serta mampu bersaing dengan televisi nasional. Hampir 3 tahun proses yang perlu dipersiapkan, mulai perizinan, penyiapan infrastruktur, perangkat pendukung dan rekrutmen serta training karyawan, akhirnya pada 8 November 2011 Simpang5 TV mulai mengudara di *channel* 59 UHF untuk *coverage* Kabupaten Pati dan sekitarnya. Hanya dalam rentang waktu 4 bulan nama Simpang5 TV sudah sangat akrab di telinga masyarakat Pati.

### **3. Visi dan Misi Simpang5 TV Pati**

#### **1. Visi**

- a. Menjadi stasiun televisi di Jawa Tengah yang berbeda dan menjadi nomer satu dalam pemberitaan, menyajikan program hiburan dan gaya hidup alternatif yang berkualitas dan bermutu.
- b. Menjadi sebuah jasa penyiaran yang kuat dan sehat untuk menjadi pendorong dan menginspirasi pemberdayaan dan meningkatkan potensi daerah sehingga bidang-bidang kehidupan, pendidikan, ekonomi, kebudayaan, serta moral di masyarakat akan lebih meningkat yang pada akhirnya akan memberikan kesejahteraan kepada masyarakat secara luas.

#### **2. Misi**

- a. Memberikan informasi yang lebih kepada masyarakat melalui peningkatan program-programnya sesuai dengan kondisi masyarakat wilayah eks-Karesidenan Pati.

- b. Menjadi mitra bagi masyarakat dan pemerintah daerah dalam rangka ikutmenyukseskan program-program pembangunan untuk kepentingan masyarakat khususnya di bidang; pendidikan, kebudayaan, promosi wisata dan potensi daerah.
- c. Menjadi perusahaan yang berkembang dan sehat, sehingga dapat merangsang munculnya bidang-bidang usaha baru semisal; rumah produksi dan biro iklan. Sehingga pada akhirnya akan menambah dan memperkaya sumber pendapatan daerah

#### **4. Struktur Organisasi Simpang5 TV Pati**

- a. Penanggung Jawab: Tanggung jawab pada perusahaan  
SIGIT SUPRIJONO
- b. General Manager: Tanggung jawab pada keuangan perusahaan  
SHODIQURRAHMAN
- c. Penanggung Jawab Acara : bertanggung jawab terhadap acara-acara di Simpang5 TV Pati  
Imawan Mashuri, Ali Murtadlo



- d. Produser: bertanggung jawab dalam proses pembuatan acara  
Rochmansyah
- e. Keuangan dan umum: bertanggung jawab di bagian administrasi perusahaan  
Miftahur Rohmah : Tanggung jawab pada keuangan secara umum  
Farika Rahmawati : Tanggung jawab pada pemesanan iklan (Trafik Order)  
Mita :Tanggung jawab pada pembukuan (Accounting)
- f. Manteknik dan Umum : bertanggung jawab terhadap masalah tehnik secara umum  
Indra Setiawoyo
- g. Transmisi : bertanggung jawab pada teknik MCR  
Indra Setiawoyo
- h. MCR : bertanggung jawab terhadap tugas siar MCR  
Indra Setiawoyo, Isnaneni, Maya Ratnasari
- i. STUDIO: bertanggung jawab terhadap kegiatan syuting di studio

Indra Setiawoyo

- j. UMUM/RT/OB: bertanggung jawab terhadap keamanan dan kebersihan Perusahaan

Pandu Sukimun : Tanggung jawab menjaga suatu barang kantor

Ledeng : Tanggung jawab menjaga kebersihan kantor

- k. Market Plan Strategi (Strategi pemasaran): Tanggung jawab terhadap strategi mencari iklan dan produk

Dhani

- l. MKT DEV : bertanggung jawab terhadap pemasaran setiap devisi di Simpang5 TV Pati

Inez

- m. MKT COMERCIAL: bertanggung jawab dalam mencari iklan dan produk

Inez, April, Umi

- n. Man Produksi: bertanggung jawab dalam setiap produksi

Subur Ibrahim

- o. Camera Person : bertanggung jawab terhadap kamera dan alat-alat syuting

Yanuar A, Jemmy JE, W. N. Kriwil

- p. Editor: Bertanggung jawab terhadap proses editing

Supriyanto : Tanggung jawab terhadap editor berita dan iklan

Indra Cilik : Tanggung jawab terhadap editor berita/sepekan

Rogo : Tanggung jawab terhadap editor iklan dan kombis

- q. Support Lighting Audio: Tanggung jawab mengatur pencahayaan audio

Subur Ibrahim, Sandre, Arif

- r. PROGRAMING: bertanggung jawab terhadap proses pemrograman

Sareko

- s. Grafis dan promotion: bertanggung jawab terhadap pembuatan animasi dan efek

Sareko

- t. Trafik dan Library: bertanggung jawab terhadap trafik dan library

Aris

- u. OC.AKUISISI TALEN: bertanggung jawab terhadap akuisisi talen  
Khairil
- v. SUPPORTPROGRAM: bertanggung jawab dalam mendukung suatu program  
Pandu
- w. MAN NEWS/PEMRED: bertanggung jawab terhadap redaksi  
Leo Hermawan
- x. RED PEL: bertanggung jawab terhadap pelaksanaan tata redaksi  
Leo Hermawan
- y. REPORTER: bertanggung jawab terhadap materi berita  
Budi Laos  
Edy Setiyo  
Aris  
Aris Jowo

## 5. Peralatan dan Fasilitas Simpang5 TV Pati

Peralatan dan fasilitas yang digunakan oleh Simpang5 TV Pati sudah layak untuk digunakan produksi tayangan televisi, adapun peralatannya, sebagai berikut:

- a. Kamera PD 170 dengan jumlah 4
- b. Kamera Canon XF 105 HD
- c. Kamera Canon EOS 5D
- d. 3 Tripod kamera; Libec TH-650, Velbon CX 480, dan Exell Motto 2828
- e. 1 Lampu ( *Stage Lighting*) Model MB 582 dengan daya 55 W dan 1 Tripod Lampu Exell
- f. Handicam dengan jumlah 2.
- g. Komputer edit dengan jumlah 6.
- h. Switcher dengan jumlah 2.
- i. Audio mixser dengan jumlah 2.
- j. Clip on dengan jumlah 5.
- k. Ruang Studio.
- l. Ruang edit.

- m. Ruang MCR (master control)
- n. Ruang Admint (arsip dan wawancara dengan direktur utama Simpang5 TV Pati (Shodiqur Rahman. Rabu 12 Februari 2015).

## **B. Pemrograman Ngaji Bareng NU Sebagai Program Religi Simpang5 TV Pati.**

### **1. Sejarah Program Ngaji Bareng NU di Simpang5 TV Pati**

Program Ngaji Bareng NU merupakan program asli yang berasal dan diproduksi oleh Simpang5 TV. Gagasan Program Ngaji Bareng NU muncul pada tahun 2013 sekitar empat bulan sebelum bulan Ramadhan. Keinginan memiliki acara religi sendiri untuk mengisi acara bulan Ramadhan (bukan membeli hak siar maupun hak paten program dari stasiun TV lain) menjadi motivasi dari divisi *programming* Simpang5 TV dalam mempersiapkan sebuah program religi.

Setelah melalui diskusi yang memakan waktu hingga dua minggu akhirnya tim programming menemukan nama acara yang menurut pemikiran mereka sangat tepat untuk disajikan kepada

masyarakat Pati selama bulan Ramadhan, yakni Ngaji Bareng NU.

“Pada awalnya banyak sekali ide nama program seperti Hikmah Ramadhan, Ramadhan Yuk Ngaji, Pesan Ramadhan, Ngaji Kitab dan beberapa usulan lainnya. Namun setelah melalui diskusi dengan mempertimbangkan aspek-aspek yang ada dalam kehidupan masyarakat, termasuk dalam hal organisasi keagamaan, kita sepakat untuk membuat program untuk bulan Ramadhan dengan nama Ngaji Bareng NU.” (Wawancara, Sareko, Programming NU, 20 Februari 2015)

Kesepakatan tersebut kemudian disampaikan kepada pengurus NU Kabupaten Pati. Sambutan luar biasa diberikan oleh Pengurus NU dan akan mendukung secara *all out* untuk mewujudkan acara tersebut. Kebutuhan NU akan media dakwah secara cepat dan dapat diterima oleh masyarakat Pati menjadi pertimbangan utama dalam menyepakati dan mendorong program Ngaji Bareng NU sebagai salah satu program religi di Simpang5 TV Pati.

Kerjasama antara NU Kabupaten Pati dan Simpang5 TV pun dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. NU menyediakan ulama untuk mengisi program acara tersebut.

- b. NU menyediakan tempat di luar studio untuk acara tersebut, yakni di Mushola al-Ikhlas di Perumahan Umum (Perum) Sukoharjo.
- c. NU akan mendorong kelompok-kelompok pengajian yang ada di dalam naungan organisasinya untuk menjadi peserta atau audiens dalam program tersebut.
- d. Simpang5 TV menyediakan studio sebagai tempat alternatif program Ngaji Bareng NU.
- e. Simpang5 TV bertanggung jawab atas segmentasi acara dan produksi.
- f. Simpang5 TV bertanggung jawab atas penayangan program.

Pasca kesepakatan tersebut, kemudian disusun jadwal untuk proses produksi yang dilakukan di luar studio. Target dari proses produksi hingga 1 bulan sebelum Ramadhan minimal adalah 30 episode dan maksimal adalah 50 episode. Hasil produksi akan ditayangkan setiap hari satu episode. Pembuatan program yang melebihi kuota siar dalam satu bulan dilakukan dengan pertimbangan sebagai berikut:



- a. Agar ada cukup pilihan materi yang akan disiarkan.
- b. Untuk mempersiapkan materi yang akan disiarkan selama satu minggu di bulan Syawal.

Materi-materi yang disampaikan dalam Ngaji Bareng NU bervariasi dan tidak hanya terpusat pada materi ibadah saja. Materi-materi yang dipaparkan dalam program Ngaji Bareng NU di antaranya adalah:

- a. Puasa
- b. Shalat
- c. Zakat
- d. Haji
- e. Pergaulan di kalangan remaja
- f. Pergaulan di masyarakat

Kelompok masyarakat yang menjadi audiens juga bukan hanya dari kalangan organisasi yang berada di bawah naungan NU saja tetapi juga berasal dari kalangan pelajar SMA. Hal ini didasarkan pada keinginan agar program tersebut bukan hanya

untuk kalangan NU semata melainkan untuk masyarakat secara umum.

“Pada dasarnya program ini memang bekerjasama dengan NU namun bukan berarti hanya untuk kalangan NU. Pihak NU pun berkeinginan agar dakwah yang dilakukan dapat dipahami dan diterima sebagai proses dakwah yang melibatkan NU namun untuk semua umat Islam dari kelompok dan golongan manapun.” (Wawancara, Sareko, Programming NU, 20 Februari 2015)

Produksi yang diperoleh selama satu bulan (dimulai sejak dua bulan sebelum Ramadhan dan berakhir satu bulan sebelum Ramadhan) menghasilkan 76 episode Ngaji Bareng NU. Setelah bulan Ramadhan berlalu, program Ngaji Bareng NU tidak diproduksi lagi namun program tersebut masih ditayangkan oleh Simpang5 TV Pati.

## 2. Tujuan Program Ngaji Bareng NU

Tujuan dari keberadaan Program Ngaji Bareng NU terkandung aspek tujuan dari Simpang5 TV dan NU sebagai dua lembaga yang terlibat kerjasama dalam program tersebut. Tujuan dari program Ngaji Bareng NU dapat dipaparkan sebagai berikut:

- a. Program Ngaji Bareng NU menjadi media dakwah NU agar dapat melaksanakan dakwah secara cepat, mudah dipahami dan mencakup masyarakat luas.
  - b. Untuk mempererat silaturahmi warga NU.
  - c. Untuk meningkatkan pemahaman tentang kajian Islam warga NU.
  - d. Sebagai bentuk tanggung jawab sosial Simpang5 TV sebagai media massa yang memiliki fungsi pendidikan, yang mana dalam hal ini adalah pendidikan agama Islam.
  - e. Sebagai bentuk tanggung jawab divisi programming menyambut momen-momen khusus, dalam hal ini adalah bulan Ramadhan dan Syawal (Diolah berdasarkan hasil wawancara, Sareko, Programming Simpang5 TV Pati, 20 Februari 2015).
3. Jadwal Tayang

Program Ngaji Bareng NU memiliki jadwal tayang setiap hari Kamis pukul 18.30. Durasi penayangan Program Ngaji Bareng NU adalah selama 30 menit. Dengan demikian jam

tayang Program Ngaji Bareng NU adalah dari pukul 18.30 hingga pukul 19.00.

Pemilihan waktu setelah shalat maghrib, menurut tim programming Simpang5 TV Pati adalah agar masyarakat dapat menikmati program tersebut sambil menunggu waktu shalat isya datang. Selain itu, untuk beberapa masyarakat ada yang berbuka dengan menu makan besar setelah shalat maghrib, jadi program tersebut dapat menjadi tontonan ketika mereka berbuka (Diolah berdasarkan hasil wawancara, Sareko, Programming Simpang5 TV Pati, 20 Februari 2015).

Segmentasi Program Ngaji Bareng NU dapat dipaparkan sebagai berikut:

- Segmen 1 : *Opening* (Pembukaan)
- Segmen 2 : Uraian singkat mengenai tema ceramah
- Segmen 3 : Isi ceramah yang disampaikan mubaligh
- Segmen 4 : Tanya-jawab dengan *audience*.
- Segman 5 : Tanya-jawab dengan *audience* seputar tema yang ditentukan.

Segmen 6 : Kesimpulan tentang tema ceramah, penutupan (*closing*).

#### 4. Format Program Ngaji Bareng NU

Program Ngaji Bareng NU adalah program yang memiliki format *talk show*. Proses Program Ngaji Bareng NU bukan merupakan proses dakwah searah di mana narasumber hanya melakukan penyampaian materi saja dan kemudian acara berakhir, melainkan ada sesi tanya jawab yang disediakan. Hal ini agar lebih dapat memuaskan para audiens terkait dengan keingintahuan tentang nilai-nilai Islam.

Ngaji Bareng NU senantiasa menghadirkan tokoh-tokoh ulama NU yang sudah dikenal dan akrab dengan masyarakat NU di Kabupaten Pati. Meski demikian, tokoh-tokoh tersebut tidak memiliki pengaruh terhadap kehadiran audiens karena audiens telah ditentukan sebelumnya.

Format siaran tayang Program Ngaji Bareng NU bukan merupakan format siaran langsung melainkan format *taping* atau pemutaran hasil rekaman. Format ini dipilih karena adanya

kendala-kendala jika dilakukan format siaran langsung (*live*).

Kendala-kendala tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Banyaknya kegiatan masyarakat mendekati atau setelah maghrib selama bulan puasa.
- b. Banyaknya kegiatan ulama NU selama bulan puasa, baik mendekati acara berbuka maupun selama shalat tarawih.
- c. Tidak ingin mengganggu kualitas ibadah masyarakat selama bulan puasa (Diolah berdasarkan hasil wawancara, Sareko, Programming Simpang5 TV Pati, 20 Februari 2015).

## 5. Evaluasi

Evaluasi pertama terhadap Program Ngaji Bareng NU dilakukan setelah masa tayang minggu pertama bulan Syawal selesai. Evaluasi meliputi kualitas tayangan program, strategi peluncuran baru hingga daya terima masyarakat. Evaluasi pertama dari Program Ngaji Bareng NU dinilai sangat memuaskan meskipun masih terdapat beberapa kendala. Evaluasi tidak dilakukan saat jadwal penayangan program berakhir (akhir ramadhan atau awal syawal) tetapi dilakukan secara periodik

setiap satu minggu sekali. Berikut ini adalah hasil evaluasi dan rekomendasi dari Program Ngaji Bareng NU Simpang5 TV Pati:

**TABULASI EVALUASI DAN REKOMENDASI  
PROGRAM NGAJI BARENG NU SIMPANG5 TV PATI**

<b>Minggu Ke-</b>	<b>No</b>	<b>Obyek Evaluasi</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Rekomendasi</b>
I	1	Sosialisasi Ke Masyarakat	Masih ada masyarakat yang belum mengetahui perihal jam tayang Program Ngaji Bareng NU Simpang5 TV Pati	Memperbanyak MMT sosialisasi program Simpang5 TV Pati, khususnya Program Ngaji Bareng NU serta survei lokasi masyarakat untuk mengetahui informasi secara langsung

	2	Kualitas pengajian	Sudah bagus	-
	3	Penerimaan tayangan	Ada masyarakat di beberapa wilayah yang tidak dapat menerima siaran	Meningkatkan kualitas pemancar sinyal (jangka menengah hingga panjang)
II	1	Sosialisasi ke masyarakat	Jumlah masyarakat yang menonton tayangan semakin bertambah	Perlu ditingkatkan lagi sosialisasi agar dapat memaksimalkan jumlah penonton
	2	Keinginan masyarakat untuk menjadi audiens	Banyak masyarakat, yang khususnya daerah yang mampu menangkap sinyal siaran	Memberitahukan kepada pengurus NU agar dapat ditindaklanjuti sesuai kebijakan yang berlaku di NU



			Simpan5 TV Pati ingin menjadi audiens	
III	1	Tanggapan masyarakat audiens terhadap acara	Bagus namun ada beberapa yang mengusulkan untuk <i>muter</i> atau berpindah-pindah mushola	Diberitahukan kepada pengurus NU dan akan menjadi pertimbangan setelah penggarapan bulan Ramadhan selesai
	2	Tanggapan masyarakat yang menonton tentang materi	Sudah bagus	
	3	Tanggapan masyarakat	Ada yang mengusulka	Diberitahukan kepada

		tentang lokasi pengambilan gambar	n agar diadakan di desa-desa dalam bentuk pengajian umum	pengurus NU dan akan menjadi pertimbangan setelah penggarapan bulan Ramadhan selesai
IV	1	Jumlah penonton	Mengalami peningkatan	
	2	Format acara	Tetap dan tidak berubah	
	3	Penggarapan berikutnya	Belum diperlukan	
	4	Penayangan	Tetap ditayangkan setelah paket pertama	

			selesai dengan jam tayang yang sama	
--	--	--	--	--

Berdasarkan pada hasil evaluasi di akhir waktu penayangan, tim programming dan pengurus NU sepakat untuk menayangkan kembali Program Ngaji Bareng NU setelah paket siaran selesai. Hingga saat ini Program Ngaji Bareng NU masih eksis ditayangkan setiap Kamis pukul 18.30 hingga 19.00. Namun tanggapan dari masyarakat sudah mulai menurun dan Ngaji Bareng NU tidak lagi menjadi program unggulan.

Keberlangsungan jadwal tayang Program Ngaji Bareng NU tidak lepas dari upaya NU untuk tetap eksis dalam proses dakwah Islam sehingga mau membiayai jam tayang Program Ngaji Bareng NU di Simpang5 TV. Meski demikian, pihak Simpang5 TV Pati juga tidak tinggal diam tetapi membantu dalam mencari iklan untuk meringankan biaya siaran.

“Hal ini kami lakukan semata-mata untuk siar Islam *Mbak*. Jadi kami selaku tim programming juga merasa

memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan dakwah, apalagi kita juga dari keluarga NU. Tahun depan (2016-penulis) ada kemungkinan kami akan mengkaji ulang untuk melakukan penggarapan kembali Program Ngaji Bareng NU dengan kemasan yang baru.” (Wawancara, Sareko, Tim Programming Ngaji Bareng NU Simpang5 TV Pati, 20 Februari 2015)

## **BAB IV**

### **ANALISIS PROGRAMMING ACARA RELIGI NGAJI BARENG NU DI SIMPANG5 TV PATI**

Sebuah acara di media massa elektronik (televisi maupun radio) tidak dapat dilepaskan dari *programming* atau pemrograman. Pemrograman merupakan sebuah proses di mana sebuah acara akan mendapatkan penilaian tentang layak atau tidaknya dipilih sebagai salah satu program yang akan disiarkan oleh sebuah stasiun televisi atau radio. Melalui proses pemrograman diharapkan akan diperoleh sebuah program acara yang benar-benar berkualitas sehingga dapat tercapai tujuan yang diharapkan.

Analisis terhadap pemrograman dapat dilakukan dengan mengacu pada hal-hal yang berkaitan dengan pemrograman. Analisis yang akan peneliti lakukan mendasarkan pada elemen-elemen yang berkaitan dengan

pemrograman dan tahapan-tahapan dalam pemrograman dengan penjelasan sebagai berikut:

**A. Elemen-elemen dalam Pemrograman Acara Religi  
Ngaji Bareng NU di Simpang5 TV Pati**

Ada lima elemen yang harus diperhatikan oleh seorang programmer dalam melakukan proses pemrograman. Analisis pertama akan penulis lakukan dalam konteks lima elemen dalam pemrograman dengan analisis sebagai berikut:

1. Elemen *Compability* (kesesuaian)

Program Ngaji Bareng NU merupakan sebuah program acara yang isinya adalah penyampaian dan tanya jawab materi tentang nilai-nilai agama Islam dengan narasumber dari organisasi NU dan audiens dari masyarakat yang didominasi oleh masyarakat kalangan NU. Istilah

*ngaji* atau dalam pemahaman umum sering diartikan sebagai proses mendalami ajaran agama Islam dengan berguru atau bertanya dan menerima penjelasan dari seorang yang dianggap memahami ilmu agama. Pada lingkup yang lebih luas, *ngaji* juga identik dengan pengajian yang menghadirkan narasumber untuk menyampaikan risalah-risalah ajaran agama yang dibawa oleh Nabi Muhammad saw kepada umat Islam.

Program Ngaji Bareng NU di Simpang5 TV Pati, menurut peneliti, memiliki kesesuaian dengan kebiasaan yang ada dalam kehidupan masyarakat Kabupaten Pati. Kesesuaian pertama adalah kesesuaian dengan kebiasaan mengaji yang dilakukan oleh masyarakat Kabupaten Pati. Pengajian atau mengaji sudah menjadi bagian dari

kebiasaan masyarakat Kabupaten Pati. Terlebih lagi mayoritas masyarakat Pati adalah anggota organisasi NU yang merupakan organisasi keagamaan terbesar di Kabupaten Pati. Kebiasaan mengaji masyarakat dapat ditemukan dalam kegiatan-kegiatan pengajian yang dihelat oleh masyarakat seperti Jama'ah Kemisan yang merupakan jamaah mengaji setiap Kamis malam Jum'at setelah shalat Isya', Jama'ah Had (Ahadan) yakni jamaah mengaji setiap malam Minggu (Ahad) malam Senin setelah shalat maghrib.

Selain kebiasaan mengaji di masyarakat, indikator lain yang dapat menguatkan mengaji sebagai bagian dari kebiasaan masyarakat adalah animo masyarakat untuk memasukkan anak-anak mereka ke pondok pesantren untuk memperoleh pendidikan agama sekaligus juga mengenyam



pendidikan umum. Maka tidak mengherankan jika kemudian kehidupan pondok pesantren di Kabupaten Pati tidak pernah surut atau bahkan mati. Tingginya animo masyarakat terhadap kebutuhan akan ilmu agama sebagai bagian utama bekal dalam kehidupan menjadi alasan utama terjaganya tradisi mengaji di kalangan masyarakat Kabupaten Pati.

Pengajian atau mengaji merupakan sebuah tradisi yang sangat melekat dengan masyarakat Kabupaten Pati. Bagi masyarakat Kabupaten Pati, ulama merupakan tokoh penting dalam kehidupan mereka. Hal ini tidak berlebihan jika melihat sepaik terjang para ulama di Kabupaten Pati. Tokoh agama di Kabupaten Pati sangat berani dalam menjaga eksistensinya sebagai pelaku dakwah. Hal-hal yang tidak sesuai dengan nilai ajaran Islam yang dapat

berakibat negatif terhadap kehidupan agama masyarakat secara luas dengan tegas dan lantang ditentang oleh ulama. Beberapa contoh kasus di antaranya adalah perang terhadap karaoke ilegal yang sempat menyerang Pati dengan gubuk-gubuk di pematang sawah, keharaman bisnis tukar uang baru dengan meminta imbalan dengan memotong uang hasil pertukaran, hingga menentang keberadaan tempat karaoke legal yang hingga saat ini masih menjadi polemik.

Menurut peneliti, tokoh agama di Kabupaten Pati memiliki peranan penting bagi keberlangsungan nilai-nilai Islam dalam kehidupan masyarakat. Ketegasan ulama telah melahirkan kharismatik tersendiri dari pandangan masyarakat hingga kepatuhan masyarakat. Oleh sebab itu tidak

mengherankan manakala ada acara pengajian, banyak masyarakat yang hadir dan tidak terbatas pada masyarakat di sekitar lokasi pengajian saja.

Kesesuaian kedua adalah aspek organisasi yakni NU. Organisasi NU dalam kehidupan masyarakat bukan hanya sekedar sebuah organisasi semata melainkan juga menjadi acuan hidup setelah al-Qur'an dan al-Hadits. Maka tidak mengherankan jika kemudian regenerasi “keanggotaan” NU, meskipun tidak pernah tercatat secara resmi, hampir sama dengan “keanggotaan” sebagai umat Islam, yakni dilakukan secara turun temurun (genetika).

Menurut peneliti, secara tidak langsung Program Ngaji Bareng NU ingin menguatkan kebiasaan berorganisasi yang berkembang di mayoritas masyarakat Kabupaten Pati. Keberadaan

Program Ngaji Bareng NU menjadi media pengingat, penguat dan akan semakin meluaskan atribut NU dalam kehidupan masyarakat. Selain itu, Program Ngaji Bareng NU juga akan menjadi media masyarakat NU untuk lebih mengenal ulama-ulama NU yang ada di Kabupaten Pati yang belum dikenal karena faktor perbedaan tempat tinggal.

2. *Habit formation* (membangun kebiasaan)

Sebuah proses pemrograman diharuskan mampu membangun kebiasaan menonton masyarakat sehingga dapat memunculkan fanatisme terhadap program yang ditayangkan. Terkait dengan elemen membangun kebiasaan, analisis terhadap Program Ngaji Bareng NU Simpang5 TV Pati dapat dikelompokkan sebagai berikut:

a. Pada masa penayangan Bulan Ramadhan

Awal siaran tayangan Program Ngaji Bareng NU menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat yang tidak menonton acara tersebut karena kurangnya sosialisasi. Namun setelah ada perbaikan model sosialisasi ada peningkatan jumlah penonton. Peningkatan jumlah penonton diketahui secara manual karena dalam sistem Simpang5 TV Pati sebagai TV Lokal tidak ada pengukuran rating modern. Keterbatasan yang ada tersebut malah memberikan nilai tambah dalam proses penggalian informasi masyarakat. Dengan adanya survei secara manual, Simpang5 TV Pati tidak hanya dapat mengetahui perkiraan peningkatan jumlah penonton saja tetapi juga dapat mengetahui keinginan masyarakat terkait

dengan program yang ditayangkan. Melalui proses survei, Simpang5 TV Pati mendapatkan informasi bahwa jumlah masyarakat yang menonton Program Ngaji Bareng NU mengalami peningkatan dan mendapatkan respon positif.

Meski sempat menurun setelah bulan Syawal pada tahun 2014, penayangan Program Ngaji Bareng NU pada bulan Ramadhan tahun 2015 kembali mendapat sambutan yang hangat dari masyarakat.

b. Setelah Bulan Syawal hingga sekarang

Kebiasaan masyarakat dalam menonton tayangan Program Ngaji Bareng NU Simpang5 TV Pati mulai menurun setelah bulan Syawal berakhir. Bahkan jika dibandingkan, jumlah

penonton saat ini berbeda jauh dengan saat penayangan di Bulan Ramadhan, baik pada tahun 2014 maupun tahun 2015.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat diketahui bahwa Program Ngaji Bareng NU di Simpang5 TV Pati pernah memunculkan kebiasaan fanatisme masyarakat untuk menjadikan acara Program Ngaji Bareng NU sebagai acara yang senantiasa ditonton. Namun fanatisme tersebut kemudian pudar dan sempat muncul kembali ketika Program Ngaji Bareng NU ditayangkan pada bulan puasa tahun 2015.

Menurut penulis, fanatisme yang dimunculkan oleh Program Ngaji Bareng NU di Simpang5 TV Pati merupakan fanatisme yang temporer (sementara) karena hanya berlaku pada

saat-saat tertentu saja, yakni ketika tiba bulan puasa. Hal ini secara tidak langsung menunjukkan bahwa Program Ngaji Bareng NU tidak dapat menjaga fanatisme penonton manakala momen puasa telah berlalu.

Menurut peneliti, penurunan fanatisme penonton tidak lantas menunjukkan bahwa penggunaan nama NU tidak memiliki pengaruh terhadap pilihan tayangan yang ditonton oleh masyarakat. Lebih lanjut penurunan fanatisme lebih karena tidak adanya pengembangan materi atau pengemasan Program Ngaji Bareng NU. Seperti diketahui bahwa Program Ngaji Bareng NU hanya diproduksi sebelum bulan puasa tahun 2014 dan tidak diproduksi kembali namun terus diputar hingga saat ini. Hal ini juga dapat dikuatkan dengan



kembali dipilihnya Program Ngaji Bareng NU sebagai tontonan unggulan saat berbuka puasa ketika bulan puasa 2015 datang. Fenomena ini secara tidak langsung memperlihatkan bahwa kembalinya bulan puasa seakan mengingatkan masyarakat untuk kembali menonton Program Ngaji Bareng NU yang ditayangkan di Simpang5 TV Pati.

3. *Control of audience flow* (mengontrol aliran khalayak)

Aspek mengontrol aliran khalayak tidak dapat difungsikan secara maksimal dalam Program Ngaji Bareng NU. Hal ini karena adanya keterbatasan dalam mengukur rating (tingkat penonton) yang masih dilakukan secara manual melalui survei oleh kru Simpang5 TV Pati. Secara ukuran untuk mengetahui jumlah penonton masih

sangat memungkinkan dengan menanyakan materi yang disampaikan dalam Program Ngaji Bareng NU. Namun untuk mengetahui apakah penonton mengganti saluran ketika ada iklan maka kemungkinan jawaban valid sangat sulit.

Kondisi tersebut (keterbatasan dalam survei) idealnya menjadi pertimbangan televisi lokal. Keadaan ini sangat penting karena dapat menunjang kredibilitas sebuah stasiun televisi. Melalui pemaparan rating pemirsa, sebuah stasiun televisi dapat meyakinkan orang-orang untuk memasang iklan sebagai pendukung program yang ditayangkan. Tanpa adanya skala rating, orang akan ragu untuk beriklan sehingga dapat berdampak pada pemasukan keuangan sebuah stasiun televisi.

4. *Conservation of program resource* (pemeliharaan sumber daya program)

Tidak adanya pengemasan ulang dalam bentuk yang berbeda menandakan tidak adanya aspek pemeliharaan sumber daya program dalam Program Ngaji Bareng NU di Simpang5 TV Pati. Idealnya dengan keterbatasan episode yang diproduksi paling tidak ada pengemasan ulang terhadap Program Ngaji Bareng NU. Namun hal tersebut urung dilakukan oleh programmer Simpang5 TV Pati.

Menurut peneliti, pengemasan ulang tidak harus melakukan dengan melakukan produksi ulang. Pengemasan ulang dapat dilakukan secara sederhana dengan membuat iklan yang berbeda tentang Program Ngaji Bareng NU. Selama ini peneliti

mengamati tidak ada perubahan terhadap iklan yang ditampilkan terkait dengan Program Ngaji Bareng NU. Iklan program tersebut hanya menunjukkan kepada khalayak tentang jadwal tayang Program Ngaji Bareng NU.

Pengemasan ulang pada iklan program dapat dilakukan dengan memberikan spesifikasi materi pada jadwal tayang mingguan. Hal ini tentu tidak akan terlalu sulit dan hanya membutuhkan biaya yang rendah. Adanya pemberitahuan mengenai materi yang akan disajikan pada Program Ngaji Bareng NU yang ditampilkan dalam iklan akan dapat menjadi bahan pertimbangan khalayak untuk menentukan pilihan manakala jadwal tayang Program Ngaji Bareng NU tiba.

5. *Breadth of appeal* (daya tarik yang luas)

Program Ngaji Bareng NU secara kuantitas sebenarnya telah memiliki jumlah penonton dengan cakupan wilayah yang luas, meskipun pada waktu tertentu saja. Namun jika mengacu pada aspek keluasan penonton yang dimaksud dalam elemen *breadth of appeal* maka Program Ngaji Bareng NU belum memenuhi ketentuan yang berlaku dalam elemen tersebut.

Realitas penonton Program Ngaji Bareng NU yang didominasi oleh masyarakat NU menjadi indikator tidak tercapainya elemen daya tarik yang luas. Hal ini sekaligus menandakan bahwa Program Ngaji Bareng NU belum memiliki daya tarik heterogenitas penonton.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat diketahui bahwa Program Ngaji Bareng NU yang ditayangkan Simpang5 TV Pati ditinjau dari elemen-elemen yang harus diperhatikan dalam pemrograman baru sebatas memenuhi ketentuan terkait dengan elemen kesesuaian (*compability*). Namun sebenarnya jika pihak yang bekerjasama dalam Program Ngaji Bareng NU (Simpang5 TV dan NU) mau secara serius dalam pengelolaan menurut hemat peneliti akan dapat menjadikan Program Ngaji Bareng NU sebagai sebuah program andalan yang tidak hanya memiliki kesesuaian dengan kebiasaan masyarakat Kabupaten Pati melainkan juga dapat memenuhi empat elemen lainnya dalam pemrograman.

Menurut peneliti, hal-hal yang menjadi kendala untuk memaksimalkan Program Ngaji Bareng NU sebagai program unggulan adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan alat ukur rating.
2. Tidak adanya keinginan untuk melakukan pengemasan ulang meskipun sebatas pada pengemasan ulang iklan tayangan Program Ngaji Bareng NU.

Modernisasi rating televisi tidak menjadi permasalahan yang begitu penting namun perlu mendapat perhatian. Hal ini sebagaimana telah dijelaskan oleh peneliti di atas karena berhubungan dengan kepercayaan orang yang akan beriklan pada jam tayang Program Ngaji Bareng NU. Aspek yang terpenting menurut penulis adalah adanya pengemasan ulang Program Ngaji Bareng NU dengan biaya rendah.

Pengemasan ulang akan membuat tampilan baru pada iklan Program Ngaji Bareng NU dengan memberitahukan materi yang akan menjadi topik pada episode yang akan ditayangkan sesuai dengan jadwal tayang dalam iklan tersebut. Selain aspek materi, aspek pengisi (narasumber) juga dapat dijadikan sebagai daya tarik dalam iklan.

Keadaan yang dialami oleh Simpang5 TV terkait dengan Program Ngaji Bareng NU dalam konteks komunikasi maupun proses dakwah merupakan sebuah ironi (keadaan yang bertolak belakang). Survei yang dilakukan untuk menggali informasi dari masyarakat yang telah dilakukan oleh kru Simpang5 TV Pati sebenarnya bisa menjadi gerbang untuk mengembangkan Program Ngaji Bareng NU menjadi program unggulan. Tetapi tanggapan yang diberikan



oleh Simpang5 TV Pati maupun NU kurang maksimal dan cenderung hanya cukup puas dengan hasil yang telah diperoleh.

Tanggapan balik (*feed back* dalam istilah komunikasi atau *atsar* dalam istilah dakwah) merupakan sebuah proses yang penting dan dapat menentukan “masa depan” sebuah program yang ditayangkan oleh televisi, terlebih lagi program yang berkaitan dengan proses dakwah. Dalam konteks komunikasi, kondisi yang dialami oleh Simpang5 TV Pati terkait dengan Program Ngaji Bareng NU dapat dikatakan sebagai ketidakmaksimalan komunikasi dua arah yang disebabkan oleh faktor pemberi informasi. Sedangkan dalam konteks dakwah, keadaan tersebut tidak menjadikan kegagalan dakwah melainkan tidak tercapainya tujuan dakwah secara berkelanjutan.

Tujuan dan fungsi dakwah sebenarnya tidak hanya bersifat temporer (untuk waktu-waktu tertentu saja) melainkan bersifat terus menerus. Hal ini juga peneliti dasarkan pada pemilihan nama Program Ngaji Bareng NU yang secara tidak langsung tidak terkandung batasan waktu kapan proses *ngaji* akan dilaksanakan dan dihentikan. Berbeda manakala pemilihan nama program terdapat batasan waktu semisal Ngaji Bareng NU Di Bulan Puasa, maka turunnya penonton pada bulan-bulan selain bulan Ramadhan sangat wajar.

#### **B. Tahapan-tahapan dalam Pemrograman Acara Religi Ngaji Bareng NU di Simpang5 TV Pati**

Analisis tentang tahapan dalam pemrograman akan peneliti lakukan berdasarkan tahapan-tahapan yang ada dalam pemrograman sesuai dengan teori yang diajukan dalam penelitian ini. Berikut ini analisis terkait

dengan pemrograman acara religi Program Ngaji Bareng NU di Simpang5 TV Pati.

#### 1. Pemilihan Program

Program yang dipilih untuk ditayangkan oleh sebuah stasiun televisi pada dasarnya telah melalui proses seleksi yang ketat. Secara teoritis, dalam penentuan dan pemilihan program ada tiga hal yang harus diperhatikan oleh programmer suatu acara. Ketiga hal tersebut akan menjadi landasan peneliti dalam melakukan analisa terkait dengan tahapan pemilihan program sebagai bagian dari tahapan-tahapan dalam pemrograman terkait dengan Program Ngaji Bareng NU.

##### a. Format Program

Program Ngaji Bareng NU merupakan sebuah program yang unik dalam kacamata

format program. Keunikan dari Program Ngaji Bareng NU adalah program ini secara sederhana dapat dikategorikan sebagai program berformat *star dominant* dengan indikator adanya narasumber berbeda-beda yang menjadi bintang tamu, namun di sisi lain dapat juga dikategorikan sebagai program dengan format *dominant*.

Sebuah program dapat termasuk dalam format program *star dominant* manakala program tersebut sangat bergantung kepada bintang tamu yang diundang. Maksudnya adalah program tersebut tidak akan mungkin dapat menarik perhatian khalayak tanpa adanya kehadiran bintang tamu. Sedangkan sebuah program dapat disebut sebagai program

berformat dominant manakala program yang ditayangkan memiliki kekuatan untuk menarik khalayak meskipun tidak menghadirkan bintang tamu.

Program Ngaji Bareng NU yang senantiasa menghadirkan bintang tamu sebagai narasumbernya menurut penulis tidak termasuk dalam format program star dominant. Pilihan masyarakat untuk menonton Program Ngaji Bareng NU bukan karena adanya bintang tamu melainkan karena adanya kesadaran bahwa mereka (masyarakat) adalah kelompok NU sehingga harus mengikuti atau menonton. Hal ini secara tidak langsung menunjukkan bahwa siapapun yang menjadi bintang tamu atau narasumber tidak memiliki pengaruh terhadap

animo masyarakat untuk menonton acara Program Ngaji Bareng NU.

“Hasil survey dari kru di lapangan menunjukkan bahwa animo masyarakat dalam menonton Program Ngaji Bareng NU bukan karena faktor siapa yang menjadi narasumbernya melainkan karena ini adalah acara yang dipandu oleh orang NU maka mereka (masyarakat-peneliti) akan menontonnya karena mereka adalah bagian dari NU”. (Wawancara, Sareko, Tim Programming Ngaji Bareng NU Simpang5 TV Pati, 20 Februari 2015).

Hasil wawancara dengan tim programming Ngaji Bareng NU di atas semakin menegaskan bahwa Program Ngaji Bareng NU masuk ke dalam kategori format program *dominant*. Aspek yang menjadi faktor dominant adalah nama NU sebagai organisasi sosial-keagamaan yang anggotanya didominasi oleh mayoritas masyarakat Kabupaten Pati.

Penggunaan nama NU menurut penulis memang sangat strategis. Terlebih lagi fanatisme yang tinggi dari anggotanya yang sebagian besar adalah para masyarakat pedesaan menjadikan Program Ngaji Bareng NU menjadi sebuah program yang memiliki daya tarik tersendiri. Penggunaan nama NU tidak hanya menjadi simbol dari gengsi organisasi saja tetapi juga seolah menjadi magnet yang mampu menarik fanatisme anggotanya untuk mengikuti acara tersebut.

b. Tujuan Pemilihan Program

Pemilihan nama NU sebagai salah satu dari program religi di Simpang5 TV Pati menurut peneliti terkandung dua tujuan. Pertama

adalah tujuan dalam lingkup dakwah dan kedua adalah tujuan dalam aspek penyiaran televisi.

Tujuan pertama, dalam lingkup dakwah, Program Ngaji Bareng NU dapat dikatakan sebagai media dakwah yang digunakan oleh NU. Dakwah yang dilakukan bukan hanya sebatas pada pemberian wacana tentang nilai-nilai ajaran Islam saja melainkan juga terkandung aspek perluasan pengetahuan dengan adanya sesi tanya jawab. Selain terkait dengan wacana, Program Ngaji Bareng NU juga menjadi media NU dalam mempererat silaturahmi dengan kelompok-kelompok pengajian yang ada di bawah naungannya.

Tujuan yang kedua terkait dengan aspek penyiaran televisi. Daya tarik penggunaan nama



NU yang cukup signifikan secara tidak langsung menjelaskan bahwa tujuan penggunaan nama NU tidak lain adalah untuk menyedot penonton sebanyak-banyaknya, terutama dari kalangan *nahdliyin*. Penggunaan nama NU juga mengindikasikan bahwa Program Ngaji Bareng NU merupakan program yang ingin mendapatkan target penonton tertentu. Artinya, dalam konteks pemilihan program, penggunaan nama NU memiliki keuntungan yang telah nyata yakni adanya kepastian penonton dari kalangan tertentu dan juga berdampak pada banyaknya penonton.

Terkait dengan banyaknya penonton sangat berhubungan dengan karakteristik masyarakat pedesaan. Bagi masyarakat

pedesaan, masuk dalam program televisi meskipun tidak disiarkan secara langsung merupakan suatu kesempatan yang sangat langka. Implikasinya, ketika sebuah kelompok pengajian diundang sebagai audiens maka sebagian besar dari jamaah tersebut akan memberitahukan kepada tetangga, teman, hingga saudara-saudaranya agar menonton Program Ngaji Bareng NU pada jadwal tayang siarannya. Hal inilah yang menjadi salah satu faktor penambah jumlah penonton. Secara tidak langsung kebiasaan masyarakat tersebut menjadi alat pemasaran Program Ngaji Bareng NU dalam lingkup untuk meningkatkan jumlah penonton.

“Hal itu sangat wajar *Mbak*. Jangankan sampai rumah, saya pernah melihat sendiri

ketika selesai pengambilan gambar, ada sekitar 3 orang ibu dari jamaah pengajian yang diundang langsung menelepon orang-orang yang dikenalnya dan memberitahukan bahwa dia habis *shooting* Ngaji Bareng NU dan meminta agar orang-orang yang ditelepon nantinya menonton acara tersebut. Saya waktu itu hanya senyum-senyum *aja* melihat kejadian itu. Dan kejadian seperti itu tidak hanya sekali atau dua kali terjadi melainkan hampir setiap selesai atau bahkan sebelum pengambilan gambar, ada saja ibu-ibu yang memberitahukan kepada orang-orang.

Selain faktor terpenuhinya penonton, Program Ngaji Bareng NU bisa disebut sebagai program yang sarat gengsi. Bagi Simpang5 TV Pati, keberhasilan menjalin kerjasama dengan NU secara otomatis akan meningkatkan gengsi mereka sebagai stasiun TV. Sebelum Program Ngaji Bareng NU diluncurkan, stasiun televisi lokal Pati tidak ada yang memiliki program religi dengan menggandeng organisasi sosial-

keagamaan. Kehadiran Program Ngaji Bareng NU yang diiringi dengan sambutan masyarakat NU yang cukup baik secara tidak langsung menaikkan pamor Simpang5 TV Pati sebagai televisi yang memiliki kepedulian terhadap kebutuhan dakwah bagi umat Islam. Keberadaan NU sebagai organisasi terbesar juga menjadi nilai tambah bagi Simpang5 TV Pati dalam menaikkan gengsi pertelevisian, khususnya di kalangan masyarakat NU.

Gengsi televisi sangat diperlukan karena dengan adanya nilai lebih yang disematkan oleh masyarakat terhadap sebuah stasiun televisi, maka hal itu akan dapat menjadi jalan masuk terjalinnya hubungan televisi dengan masyarakat secara luas. Jaringan memang sangat diperlukan

oleh sebuah stasiun televisi. Dengan adanya jaringan yang luas, televisi dapat lebih leluasa dan memiliki banyak pilihan dalam menentukan atau mengeksplorasi aspek-aspek sosial-keagamaan sebagai bagian dari programnya.

Meski memiliki basis penonton yang pasti, namun dalam hal penghargaan, Program Ngaji Bareng NU kurang mendapatkan penilaian. Penyebabnya tidak lain karena faktor pendorong masyarakat dalam menonton Program Ngaji Bareng NU bukan disebabkan karena kualitas program melainkan lebih karena kesadaran sebagai bagian dari organisasi NU. Hal ini menurut peneliti perlu dipertimbangkan oleh tim programming dalam melakukan survei dengan memasukkan penilaian masyarakat

terhadap kualitas Program Ngaji Bareng NU. Tanpa adanya proses tersebut dikhawatirkan nantinya apabila muncul program yang sejenis dan memiliki kualitas yang lebih baik, maka bukan tidak mungkin masyarakat akan berpindah saluran.

*c. Content Program*

Program Ngaji Bareng NU bukan merupakan hasil pembelian dari luar stasiun Simpang5 TV Pati melainkan hasil produksi mandiri. Seluruh peralatan yang digunakan dan kru yang bertugas merupakan sumber daya yang dimiliki oleh Simpang5 TV Pati.

2. Penjadwalan Program

Setelah program dipilih, maka langkah yang ditempuh selanjutnya adalah menentukan jadwal

tayang program. Program Ngaji Bareng NU memiliki jadwal tayang setiap hari Kamis mulai pukul 18.30 hingga pukul 19.00 yang ditayangkan perdana pada bulan puasa tahun 2014.

Pemilihan hari Kamis (malam Jum'at) menurut peneliti terkandung maksud ingin menjadikan Program Ngaji Bareng NU sebagai bagian dari aktifitas rutin masyarakat NU setiap Kamis malam, yakni mengaji kelompok. Hal ini seolah ingin mempertegas bahwa Program Ngaji Bareng NU benar-benar kental dengan aroma kebiasaan masyarakat NU yakni melakukan pengajian kelompok (Yasin dan tahlil) pada setiap malam Jum'at.

Pemilihan jadwal tayang pada pukul 18.30 menurut peneliti juga bukan tanpa alasan. Meskipun

tidak termasuk dalam waktu utama (prime time) siaran, jadwal jam tayang Program Ngaji Bareng NU menurut peneliti merupakan pilihan yang sangat tepat, terlebih pada saat tayang perdana adalah pada bulan puasa. Masyarakat pedesaan umumnya menanti datangnya waktu isya' dengan berbuka atau makan makanan kecil sambil melihat tayangan televisi. Adanya sosialisasi sebelum masa tayang perdana secara tidak langsung mengingatkan masyarakat bahwa jeda antara waktu maghrib dan isya' akan dapat dilalui dengan mengaji bersama NU.

Jadi, meskipun tidak berada pada waktu utama siaran, kondisi setelah berbuka dan diapit oleh dua waktu isya' tentunya merupakan nilai lebih yang dimiliki oleh Program Ngaji Bareng NU selain



aspek nama organisasi. Pemilihan waktu tersebut juga merupakan bentuk dari adanya upaya untuk melakukan persaingan terbuka dengan televisi lokal yang ada di Pati yang mana pada saat yang sama juga menayangkan program religi. Meski sama-sama memiliki muatan religi, Program Ngaji Bareng NU lebih banyak penontonnya daripada program yang ditayangkan televisi lokal maupun nasional yang memiliki jam tayang yang sama.

Menayangkan program baru pada saat bersamaan dengan jam tayang acara yang sama dengan televisi lain menurut peneliti sebenarnya memiliki resiko yang besar. Namun karena adanya persiapan secara matang dan terbantu dengan penggunaan nama organisasi terbesar membuat Program Ngaji Bareng NU menjadi pilihan

masyarakat dan mampu tayang dengan segmentasi penonton yang telah pasti.

### 3. Evaluasi

Evaluasi merupakan proses yang sangat penting karena melalui proses ini seorang programmer akan dapat mengetahui sejauhmana strategi yang digunakan berhasil serta juga dapat mengetahui kualitas program yang ditayangkan. Evaluasi terhadap Program Ngaji Bareng NU sebenarnya secara praktek sangat bagus dengan memberlakukan evaluasi periodik, yakni satu minggu sekali. Namun sayangnya proses evaluasi menurut peneliti belum berjalan secara maksimal dan terkesan tidak mepedulikan hal-hal yang vital.

Kekurangmaksimalan tersebut dapat dilihat dari tidak adanya realisasi rekomendasi secara cepat.

Meskipun terbatas pada aspek finansial dalam melakukan perbaikan dan pengembangan jangkauan siar, seharusnya pihak programming dan Simpang5 TV Pati mempertimbangkan aspek jangkauan siar setelah memperoleh program yang akan ditayangkan. Terlebih lagi ketika program tersebut juga melibatkan organisasi terbesar di suatu kabupaten. Idealnya Simpang5 TV Pati dapat memperkirakan animo masyarakat untuk menonton Program Ngaji Bareng NU sehingga memiliki persiapan dalam melakukan perbaikan sarana yang dapat menunjang jangkauan siar yang dapat berdampak pada bertambahnya jumlah penonton.

Apabila memperhatikan proses evaluasi, yang menjadi fokus perbaikan hanya yang berkaitan dengan hal-hal teknis ringan Ngaji Bareng NU

sementara hal-hal yang dapat mendukung tidak begitu diperhatikan. Hal ini menurut penulis seakan menjadi penanda bahwa Program Ngaji Bareng NU masih sebatas pada program penajakan dan akan digunakan sebagai acuan untuk mengembangkan atau menjadikan Program Ngaji Bareng NU lebih bagus lagi pada tahun 2016. Hal ini juga peneliti sandarkan pada adanya rencana Simpang5 TV dan NU Kabupaten Pati untuk mengemas kembali sebagian dan memproduksi baru Program Ngaji Bareng NU.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisa pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Programming acara Ngaji Bareng NU di Simpang5 TV dalam konteks elemen-elemen dalam pemrograman, Program Ngaji Bareng NU baru sebatas memenuhi satu elemen saja yakni elemen kesesuaian masyarakat yakni dalam hal kesesuaian mengaji dan kesesuaian penggunaan nama organisasi NU yang merupakan organisasi sosial-keagamaan terbesar di Kabupaten Pati.
2. Programming acara Ngaji Bareng NU di Simpang5 TV Pati dalam tahapan-tahapan pemrograman didapatkan kesimpulan bahwa:

- a. Dalam aspek pemilihan program dapat disimpulkan bahwa dari segi format program, Program Ngaji Bareng NU meskipun mengundang bintang tamu, program tersebut bukan merupakan program dengan format star dominant melainkan program dengan format dominant. Aspek nama NU menjadi daya tarik dan bukan aspek bintang tamu yang menyebabkan masyarakat menonton Program Ngaji Bareng NU. Dari segi pemilihan program telah memenuhi tiga aspek dari lima aspek yakni aspek memperoleh penonton yang banyak, target penonton tertentu dan nilai gengsi. Sedangkan untuk penghargaan dan penyelesaian permasalahan yang sering terjadi di Pati belum terpenuhi. Dari segi isi, Program Ngaji Bareng

NU merupakan sebuah program hasil produksi mandiri dari Simpang5 TV Pati dan tidak melibatkan kru stasiun televisi lain atau bahkan membeli dari stasiun televisi lainnya.

- b. Penjadwalan yang dipilih untuk Program Ngaji Bareng NU memang bukan pada waktu utama siaran (prime time) namun merupakan waktu yang ideal dan bertujuan untuk merebut penonton secara terbuka dengan stasiun televisi lain yang menayangkan program sejenis pada waktu yang sama. Keberanian dan keberhasilan yang ditunjukkan pada Program Ngaji Bareng NU dapat tercapai karena adanya persiapan yang matang dan terbantu oleh keberadaan NU sebagai lembaga yang diajak bekerjasama dalam Program Ngaji Bareng NU.

- c. Evaluasi yang dilakukan tidak secara menyeluruh dan totalitas sehingga membuat Program Ngaji Bareng NU seolah-olah merupakan program penjajakan. Hal ini juga dikuatkan dengan adanya rencana pengemasan ulang sebagian Program Ngaji Bareng NU dan memproduksi baru dengan kemasan yang berbeda.

## **B. Saran-saran**

Ada beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan terkait dengan penelitian yang telah berlangsung.

1. Perlu adanya perhatian dari Sim pang5 TV Pati dalam menseriisi penayangan sebuah program produksi sehingga dapat memaksimalkan potensi program, termasuk Program Ngaji Bareng NU.



2. Perlu adanya pembentukan tim media berbasis televisi di organisasi NU Kabupaten Pati sehingga dapat memaksimalkan dakwah melalui media televisi.
3. Perlu adanya penelitian lanjutan yang berhubungan dengan pemrograman sehingga akan semakin menambah khasanah keilmuan komunikasi penyiaran Islam khususnya di bidang program televisi.

### **C. Penutup**

Demikian hasil penelitian berupa skripsi yang dapat peneliti susun. Bercermin pada kata bijak bahwa tidak ada sesuatu yang sempurna, maka saran dan kritik yang membangun sangat peneliti harapkan demi perbaikan karya ilmiah ini dan karya-karya ilmiah peneliti selanjutnya. Akhirnya, semoga di balik

ketidaksempurnaannya, karya ilmiah ini dapat memberikan secercah manfaat bagi kita semua. Amin.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, Moh Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media.
- Azwar, Saifudin. 1998. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badjuri, Adi. 2010. *Jurnalistik Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Cetakan Pertama.
- Chen, Milton. 2005. *Mendampingi Anak Menonton Televisi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Daymon, C dan Holloway, Immy. 2008. *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relation dan Management Communication*. terj. Cahya W. Yogyakarta: Bentang.
- Eastman and Ferguson. 2000. *Broadcast Cable Programming*. California: Wadsworth Publishing Company.
- Hurlock,. Elizabeth B. 1996. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- Jalaluddin. 2000. *Psikologi Agama*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kusnawan. 2004. *Komunikasi dan Penyiaran Islam*. Bandung: Benang Merah Press.

- Kuswandi. 1996. *Komunikasi Massa: Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Moleong, Lexy J. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Muid, Abd. 2004. *Jurnalisme Universal Menelusuri Prinsip-Prinsip Dakwah bi al-Qolam Dalam al-Qur'an*. Bandung : Teraju.
- Munir, M., dan Wahyu Ilaihi. 2006. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Prenada Media
- Muriah, Siti. 2000, *Metodologi Dakwah Kontemporer*, Yogyakarta : Mitra Pustaka
- Nawawi, Imam. 1999. *Terjemahan Hadits-Hadits Ar-Ba'in Nawawiyah*. Solo : Era Intermedia.
- Nizar, Imam Ahmad Ibnu. 2009. *Membentuk dan Meningkatkan Disiplin Anak Sejak Dini*. Yogyakarta: DIVA Press.
- Pimay, Awaluddin. 2005. *Paradigma Dakwah Humanis*, Semarang: RaSAIL.
- \_\_\_\_\_. 2006, *Metodologi Dakwah Kajian Teoritis Dari Khasanah Al Qur'an*, Semarang : Rasail
- Pimay, Awaludin dan Wafia. 2005. *Jurnalistik Praktis Untuk Pemula*. Bandung : Rosdakarya.

- Romli, Asep. Syamsul. 2003. *Jurnalistik Visi dan Misi Dakwah bil Qalam*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Setyobudi, Ciptono. 2005. *Pengantar Teknik Broadcasting Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Shihab, Quraish. 2006. *Membedakan al-Qur'an*. Jakarta : Mizan.
- Siregar, A. dan R. Pasaribu. 2000. *Bagaimana Mengelola Media Korporasi Organisasi*. Yogyakarta. Kanisius.
- Sudarto, 2002. *Metode Penelitian Filsafat*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Suparta, Munzir dan Hefri. 2003. *Metode Dakwah*. Jakarta : Prenada Media.
- Thauless, H, Robert. 2000. *Pengantar Psikologi Agama*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Vane and Gross. 1994. *Programming for TV, Radio and Cable*. Washington: Butter-Wort-Hinneman.